

high fashion

Bimonthly Magazine for Women+Men December 2009 No.330

12 *for Women+Men*

BOOK IN BOOK
Manual of UNDERCOVER 2010
Direction : Jun Takahashi
アンダーカバースペシャルブ…

[JEWELRY & MODE]
ミキモト。真珠と黒い服の肖像。
ハイジュエリーとマニッシュモード。

[+J]
ユニクロとデザイナー、
ジル・サンダーの邂逅。

[CONVERSE ADDICT]
コンバースアディクト。
進化し続けるチャックテイラー。

[MEN'S FASHION]
ラフ・シモンズ。未来のクラシック。
バジュラと永瀬正敏。
ユリウス。白の祝福。

[MEN'S COLLECTIONS]
2010春夏パリ、
ミラノ、ニューヨークの
メンズコレクション。

[PEOPLE]
麻生久美子×ARATA。

EVOLUTION OF CARRÉ HERMÈS

SPECIAL EDITION
エルメス・カレ。正方形の可能性。




ANNA
SUI
www.annasui.co.jp


Addict
CONVERSE
慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com


CONVERSE INFORMATION CENTER 0120-819-217


EACH NEW DAY IS
AN ADVENTURE
A FEAST OF
DELIGHT & PLEASURE
THANKS TO THE
GOOD
BARON VASSILIO
DIESEL
v.diesel.co.jp
慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com







02 Junya Watanabe Comme des Garçons
Coat That Transformed Shape

2009-'10秋冬コレクションでは、「フェザー&エア」をテーマにカジュアルなイメージのダウンを、独創的なパターンとカッティングで、ドレスへと昇華させた渡辺淳弥。そのパターン技術を生かし、ベーシックなアイテムを再構築したコートが登場。上右は、トレンチコートをベースに、袖をケープのように変形させたノースリーブのタイプ。81,900円。左は、モッズコートがベース。着用した際に独特なバギーシルエットをつくり出す。75,600円。下は、バックスタイル。共にコットン。お問合せは、コム デ ギャルソン、tel.03-3486-7611へ。



01 Chanel
Chanel Ginza 5th Anniversary Limited Bag

シャネル銀座ビルディングが12月4日、5周年を迎える。それを記念し、シャネル銀座だけのスペシャルアイテムが登場。写真はCCマーク、マリンルックのマドモアゼル シャネル、ゴンドラ、N°5などシャネルのアイコンのチャームがついたパテントカーフのキルティングバッグ(H15×W25×D6.5センチ)、299,250円。ピンクと黒の2色、ひと回り小さいサイズも展開。ほかにジャケット、スカート、カーディガンも。12月1日発売予定。お問合せは、シャネル カスタマー・ケア・センター、tel.0120-525-195へ。





03 Porter Classic
The First Glasses & Sunglasses

昨年、銀座に誕生した路面店が12月で1周年を迎えるポータークラシック。洋服やバッグなどに加え、今回、アイウェアをリリース。ロシア・アバンギャルドのアーティスト、アレクサンドル・ロドチェンコの写真などからインスパイアされたアイテムは、円形のフレームとテンプルの流線形のフォルムが、ビンテージテーストの個性的な仕上り。上は、クラシックな雰囲気を醸す眼鏡、39,900円。下は、サイドにカーフレザーのフードがついたサングラス、57,750円。お問合せは、ポータークラシック銀座、tel.03-5512-9150へ。



04 Maison Martin Margiela
The First Book to Document Their Works

初めてメゾン マルタン マルジェラが企画し、編集した、アンソロジー。今まで公表されたことのない写真や、掲載された記事を駆使し、コンセプチュアルなマルジェラ・ブックに仕上がっている。メゾン マルタン マルジェラとは、ファッション界における一つの偉大なムーブメントであると再認識させられる一冊。随所に挟み込まれた世界中の書き手によるマルジェラ論がまた魅力。白糸で刺繍を施した白い布の表紙が美しい。RIZZOLI社刊。9,450円。お問合せは、ここのえ、tel.03-5794-9931へ。











 photographs: Josui (B.P.B.)



UNIQLO

+J



05 Dior Homme
High Cut Sneakers from '10 S/S Collection

来季で5シーズン目を迎えるクリス・ヴァン・アッシュが手がけるディオール オム。'10春夏コレクションでは、白、黒、ベージュ、ライトグレーなどの繊細なアースカラーのレイアードスタイルが印象的だった。そのショーから、サルエルやワイドパンツとのコーディネートが際立っていたスエードのハイカットスニーカーをいち早く紹介。足首に何重にも巻いたシューレースと、バックサイドのジップがポイント。各103,950円(予価)。'10年1月下旬発売予定。お問合せは、クリスチャン ディオール、tel.03-3263-2266へ。



06 Barneys New York
Join The Recycling Network-Ecolog

バーニーズ ニューヨークでは、環境に配慮したシリーズ「JOIN THE RECYCLING NETWORK-ECOLOG」を発売。企画に賛同した日本人デザイナーと、リサイクルの芯地や中綿を使ったコラボレーションアイテムを展開。このシリーズで不用になったものを店頭に持参すると、洋服などの素材として再びリサイクルされる。また、今春に続き、ディスカウントチケットと交換できる下取りリサイクルキャンペーン「GO GREEN GO!」も開催中。お問合せは、バーニーズ ニューヨーク新宿店、tel.03-3352-1200へ。









リサイクル素材を使ったアイテム。上から時計回りに、ウェアラバウツ×ラングラーのデニムジャケット、44,100円。ジーヴィジーヴィのウールコート、59,850円。ヘルスのコットンスカート、19,950円。ハバーサックのツイードベスト、39,900円。



07 Gucci
Pantheon Sport Collection

グッチからスポーティでモダンなデザインの腕時計、パンテオン スポーツ コレクションが誕生。赤、白、黒の3色のラバーストラップは、表面に精巧なカッティングを施したトロンプルイユ仕上げ。オリジナルGGパターンのブラックの文字盤に、ホワイトの数字とインデックスは見やすくシンプルで機能的。デーリーウェアにもコーディネートしやすいユニセックスウォッチ。「パンテオン スポーツ」全3色、各215,250円。お問合せは、ラグジュアリー・タイムピーシズ ジャパン/グッチ、tel.03-5766-2030へ。





08 Yoshiko Seino
"Everywhere Gather Yourself-Stand"

清野賀子の2冊目の写真集。既にこの世界の住人ではなくなった、たぐいまれなる目を持つ写真家が遺した48点の写真を集めた作品集は、前作『The Sign of Life』の探し抜いた田園の風景とは異なり、ありふれた都市の一角を撮りながら、その一つ一つが、確信に満ちていて、乾いた美しさを放っている。巻末には本人の文章が掲載されており、自らの写真に問いかけているようだ。『至るところで 心を集めよ 立っていよ』オシリス刊。3,675円。http://www.osiris.co.jp/から も購入できる。

 photographs : Josui (B.P.B.)(06, 07, 08)



photograph: Katsuhide Morimoto (S-14)

BOOK IN BOOK

PEOPLE

DEPARTMENTS

ET CETERA

文化出版局のホームページ http://books.bunka.ac.jp

high fashion
Bimonthly Magazine for Women + Men December 2009 No.330

Cover
photograph : Yasutomo Ebisu
styling : Kazumi Horiguchi
model : Lotte
art direction : Kei Nihongi (9B)
scarves ¥48,300 (each), silk jersey orange scarf ¥77,700, leather long gloves ¥185,850 Hermès (Hermès Japon)

12 *Contents*



photograph : Takeshi Miyamoto

SPECIAL EDITION

EVOLUTION OF CARRÉ HERMÈS

FASHION

COLLECTIONS

CULTURE

ケリーバッグをカレで着替える。馬をグラフィカルに描いたカレ「私のメキシコの馬」¥48,300、ケリーバッグ¥872,550 エルメス（エルメスジャポン）



CARRÉ HERMÈS

Carré is the name of a 90×90 centimeter silk scarf that has come to represent the Hermès brand. This little square is a magical piece of silk that pays tribute to at once tradition, nature, innovation, and the joy of colorfulness. It is universally usable as an item to accentuate a gorgeous look, stress a tightly fine-featured appearance, or complete a jazzy outfit, whereas it curiously maintains the typical "Carré Hermès" flavor no matter how one folds or ties it. The fact that even the new designs that are added to the lineup each year don't make those introduced many years ago look dated adds to the Carré's particularity. An item that unifies beauty and out-dated, it is manufactured in countless hours of meticulous and dedicated hand labor, which perfectly explains the enchanting power with which it is charged.

photographs : Tohru Yuasa (B.P.B.)



EVOLUTION OF

SPECIAL EDITION

エルメス・カレ。正方形の可能性。

エルメス・カレ。フランス語で正方形を指すカレは、エルメスの伝統の中から誕生した、歴史と自然への敬意と、革新性と、色彩の愉楽を持ち合わせたシルクのスカーフ布である。使い方は自由。華やかにも、きりりと端正な表情を見せることもあり、ドレスダウンにも対応可能。そして、どのように使用方法を変えても、エルメスらしさが薫り立つから不思議だ。一枚の絵としてインテリアにすることもできる。毎年新しい柄が登場してアーカイブを豊かにするが、過去のデザインが古びることはない。カレには美しさとともに、時間に耐える強靭さが備わっているのだ。その背後の、時間を惜しまない緻密で慈愛に満ちたアトリエの手仕事を知ることで、私たちはこのスカーフの持つ魅力にさらにひきつけられることになる。


NEW INTERPRETATION
LE CARRÉ HERMÈS

エルメス・カレ。10の変化形。

〝カレ〟と呼ばれるエルメスのスカーフのまとい方にルールはない。大胆にも、奥ゆかしくも、あでやかにも、カレはまとう人の個性を映し出す。正方形のカレが、いかに自由で、しなやかで、強さを秘めたものか。10の着こなしで新たな可能性を探る。

戎 康友=写真
photographs : Yasutomo Ebisu
堀口和貫=スタイリング
styling: Kazumi Horiguchi
makeup & hair : Katsuya Kamo (Mod's Hair)
model : Jola, Mathias, Lotte, Axel



右 頭をすっぽり包んだカレ、〝ヴィンテージ〟シルクのカレ70「香水瓶」¥38,850、内側に巻いて結び目をあごの下から出したシルクジャージーのカレ、スムーズ・カレ「すべてはカレの中に」¥77,700、ラムスキンのノーカラージャケット¥866,250、帽子¥94,500 エルメス(エルメスジャポン)
左 馬具をモチーフにしたクラシックな柄を再現。柄をプリントした後に再度染料につけ染めすることで、アンティーク風に仕上げたシルクのカレ、〝ディップ・ダイ〟「式典用馬具」¥48,300、アタッチトカラーつきのウールニット¥152,250、ウールのノータックパンツ¥78,750、手に持ったレザーグローブ¥116,550、靴¥135,450 エルメス(エルメスジャポン)



右 かつて王女を乗せるために改良された揺れの少ないスプリングスと呼ばれる馬車をモチーフに1974年に生まれた「スプリングス」をもとに、新たに大胆な筆さばきで生まれ変わったカレをスカートのように腰に巻いてコーディネート。カレ、シルクツイル「ニュー・スプリングス」¥48,300、ミンクのファーブルゾン¥2,940,000、帽子¥100,800、2本つなげたベルト各¥245,700、レギンス¥135,450、ブーツ¥320,250 エルメス（エルメスジャポン）

左 5枚のカレを結びつけてドレスアップ。華やかな馬具をつけた馬を描いたカレは首にかけてホールタートップ風に。カレ、シルクツイル「私のメキシコの馬」、両肩にかけ脇に通して背中で結んだカレ、"ディップ・ダイ"「式典用馬具」、結び目を前にして頭に巻いた水色のカレ、シルクツイル「遊牧民の宝」、額にぴったりと巻いた、ロシアの民芸品や建物がモチーフのカレ、シルクツイル「ザバブーシュカ」各¥48,300、首から胸もとにたらしたシルクジャージーのカレ、スムーズ・カレ「すべてはカレの中に」¥77,700、レザーアームロンググローブ¥185,850 エルメス（エルメスジャポン）







右 グリーンとオレンジ、同じ柄の2枚のカレを首の後ろで結んでベスト風に着たカレ、"ディップ・ダイ"「式典用馬具」各¥48,300、フォックスファーつきウールブルゾン¥1,493,100、レザーグローブ¥79,800、ブレスレット各¥162,750 エルメス（エルメスジャポン）

左 コンパクトなカウボーイ巻きにしたカレ、"ディップ・ダイ"「式典用馬具」¥48,300、ウールのダブルブレストコート¥635,250、ノータックのウールパンツ¥75,600、レザーグローブ¥116,550、靴¥135,450 エルメス（エルメスジャポン）



右 カレをアフガンストールのように巻いて、ネックピースとのレイアードスタイル。パープルの"ディップ・ダイ"「式典用馬具」¥48,300、ウールカシミアの二つボタンのスーツ¥549,150、オリラグファーのネックピース¥365,400、レザーグローブ¥116,550、ベルト¥112,350、靴¥135,450 エルメス(エルメスジャポン)
左 マニッシュなアスコットタイ結びで縦長のシルエットのカレ、シルクツイル「遊牧民の宝」¥48,300、シルクのジップアップドレス 参考商品、レザーグローブ¥79,800、ブーツ¥244,650 エルメス(エルメスジャポン)


蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net



右 コートの首もとにゆるく巻いたブラウンのカレ、"ディップ・ダイ"「式典用馬具」¥48,300、コットンのトレンチコート¥558,600、ウールパンツ¥76,650、レザーグローブ¥116,550、ブーツ¥160,650 エルメス（エルメスジャポン）
左 頭に巻いた70センチ四方の"カレ70"。ジボダン社の香水コレクションとエルメスの香水瓶を描いたカレ、"ヴィンテージ"シルクのカレ70「香水瓶」¥38,850、首にかけたカレの右端を胸もとで結んだイエローのカレ、シルクツイル「遊牧民の宝」、乗馬ブーツを描いた水色のカレ、シルクツイル「ブーツについて」、グリーンのカレ、"ディップ・ダイ"「式典用馬具」各¥48,300、ラムスキンのボアコート¥1,482,600 エルメス（エルメスジャポン）



VOYAGE INTO CARRÉ HERMÈS





エルメス・カレが誘う旅。

"カレ"と呼ばれる、エルメスのスカーフ。フランス語で正方形という意味のこの絹布は、それをつける者をなんとも心躍る空想世界へと誘ってくれる。エルメスのルーツを象徴する馬や馬具、自然の草花、魚や鳥、楽園の景色、身の回りの小さなものまで——90センチ四方の布には、実に多様な絵柄が描かれている。記念すべき第1号の誕生から72年。送り出されたカレのデッサン数は1500を超える。「カレにはたくさんの夢がある。自由な空間だから」カレのディレクションを担当するバリ・バレは、目を輝かせてそう語る。そして彼女の仕事場、パリのフォーブル・サントノレ通り24番地のエルメスのフォーブル店からずっと南に下った、リヨン郊外のアトリエ。カレの夢はここで、昔も今も、熟練の職人たちの手によって紡がれているのだ。

Hermès calls its scarf a carré, a square. A truly magical object, this silk cloth of 90 square centimeters transports its wearer to an imaginary world inhabited by horses, wild animals, beautiful trees and flowers, people of mysterious lands or even little stubby pencils, clips and buttons in the pocket. Over 1,500 drawings have been produced for Carré Hermès by painters, illustrators, graphic designers, or simply art lovers around the world since the very first one appeared in 1937. "There is a lot of fantasy in a carré, just because it's such a free space," exalts Bali Barret, director of the women's silk department at Hermès. She confides to us addresses, far south of her office at 24 Faubourg-Saint-Honoré, Paris: old ateliers in Lyon where artisans continue to weave the dream of Carré Hermès with much care and love.



宮本 武=写真
photographs : Takeshi Miyamoto

田村有紀=文
text : Yuki Tamura

上の写真は、アトリエASで作業中の、エルメス専属のカラリスト。1モデルのカレについて8から10の色合いのバリエーションを提案する。右のモノクロ写真は、1946年のカレ「パナシュ」の広告(Draeger / Archives Hermès)。



03



04



05



06

TRIP TO LYON

カレが生まれるリヨンのアトリエ。



01



02

ATELIERS GANDIT

エルメス・カレを生み出す二つのアトリエ。

ローヌ川とソーヌ川の合流点に位置するリヨンは、"布の都"という別名を持つ。ルイ11世により絹織物業がこの街に導入され、1536年にフランソワ1世が絹織物の取引きにおける独占権をリヨン市に供与。王室や教会の注文を受けて、絹織物業が洗練を極めていった。リヨンからさらに南のアルデシュ県の川沿いでは養蚕や水力を利用した製糸・撚糸業も行なわれ、19世紀半ば、リヨンはヨーロッパ最大の絹織物・繊維工業都市となった。同時に、ルミエール兄弟による発案を応用した写真製版や「リヨン式平面印刷」と呼ばれる独特の技術が、この街で発展を遂げたことを記憶にとどめておきたい。21世紀の現在、絹織物業に代ってハイテク繊維や化学・製薬工業がリヨンの経済を支えているが、いにしえの技術は、歴史的な遺産として大切に守られている。このローヌアルプ圏の由緒ある繊維関連企業7社を擁護するエルメスも、そんな伝統の守り手であるといっていい。

リヨンの東、イゼール県ブールゴワンジャリュ市にある、アトリエ・ガンディは、1948年以来、カレの製作に携わってきた。同アトリエの専門は、写真製版。18世紀に登場したこの技術を維持しながら、最新素材や道具を取り込み、日々技術を向上させている。

アトリエ・ガンディでは、まずパリのエルメス本社から届いたデッサンを数名の女性たちに渡す。デシナトリスと呼ばれる彼女たちの役割は、デッサンの"分解"。デッサンに使われている色数を見つけ出し、その色数分だけ透明フィルムを用意。オリジナルのデッサンの上にフィルムを重ね、墨とペンを使って色をなぞり直していく。1色1版の製版準備である。道具はペンに限らない。ブラシや網、クレヨンなども使い、微妙な色の質感まで、彼女たちの目と手によって巧みに描き出される。1枚のカレに使われる色数は平均27色。勤続30年を超える熟練の腕でも、その分解には700〜2000時間を要する。神聖なまでの静寂に満たされた彼女たちの仕事場で、時間は限りなく引き伸ばされているようだ。

フィルム製作に次いで枠づくり、感光機を使った露光、版材の完成まで、アトリエ・ガンディではあらゆる段階で最新の機械を導入しているが、印象的なのは職人が常に目を光らせ、必ずどこかで手動調節を行なっているということ。そうして仕上げられた完璧な版材は、プリント作業のためにアトリエAS(次ページ参照)へと運ばれる。

エルメスのブティックで手に取れるカレには、常時8〜10色のバリエーションが存在する。同じ絵柄でも、それをまとう人の好みはもちろん、文化的背景や時代の空気によって、求められる色合いが違ってくるからだ。このカラーバリエーションをつくり出すのが、アトリエASのカラリストの仕事である。カラリストは色とりどりの色見本カードを原本のカレに当てながら、エルメスの年間テーマやシーズンの方向性、もしくは彼女自身の感覚に寄り添い、異なる色合いを提案する。どの提案が通るかは、エルメスのジェネラル・アーティスティックディレクターのピエール・アレクシィ・デュマ、女性シルク部門アートディレクターのバリ・バレ、パリフォーブル店のウィンドーデザイナーのレイラ・マンシャリからなるエルメス社の「色委員会」が決める。一枚一枚を実際に刷り上げ、壁にはられた試作を見ながら、あれこれと意見を交わすという。カレといえば、その豊かな色彩が特徴だが、40の「母色」をもとにエルメスが開発した色はなんと7万5000色以上。膨大な選択肢から厳選された色合いの処方箋は、インクづくり担当の「色の厨房」へと回覧される。



10

カレ印刷用のインクは、すべて手作りだ。アトリエASの「色の厨房」で働くシェフたちは、カラリストによる処方箋を見ながら顔料と増粘剤、補助剤などの材料を1グラムの狂いもなく混ぜ入れ、火にかける。完成した色とりどりのインクは小型のバケツに収められ、厨房の隅で印刷台への出発を待つ。

いよいよ印刷。リヨン式平面印刷の方法で、長さ150メートルものテーブルに、絹布が広げられ固定される。テーブルは3台。それぞれの台に間隔をあけて3〜4人の作業員がつき、テーブル上を移動する機械の動きを監視している。印刷にズレは起きていないか。汚れや水滴がついていないか。必要によっては機械を止めて、細かく調整している。そうして真っ白な絹布上に、カレの鮮やかな絵が徐々に浮かび上がってくる。そのスピードは、決して速いものではない。すべての柄を印刷し終えた長いカレの帯は、印刷台上部につるされ、まるで大きなたこのように悠然とたなびいている。

アトリエ・ガンディ

1947年マルセル・ガンディにより設立された製版アトリエ。翌年よりエルメスのカレやタイ、タオルなどのプリントを担当。伝統に基づいた高度な技術が認められ、2007年フランス政府より「生ける遺産としての企業」認証を受けた。

01、02、10 デシナトリスの道具と作業の様子。02の手前に写るナディアは勤続31年。03 デシナトリスが完成させたフィルムを感光機にはりつけるスタッフ。作業は慎重そのもの。04 墨と筆を使い、細かい模様を写し取るデシナトリスの手。05 アトリエ・ガンディ。06 照明に下げられた色のサンプル。07 透明なシートに原画を写し取っていく、デシナトリスによる製版準備。08 創業者のマルセル・ガンディの写真と、第二次大戦後すぐに使われていた木版印刷用の道具。09 版材に水をかけて、感光を止める作業。感光した表面は硬化し、していない部分は水で感光剤が流れ、印刷用のシルクスクリーンが完成する。



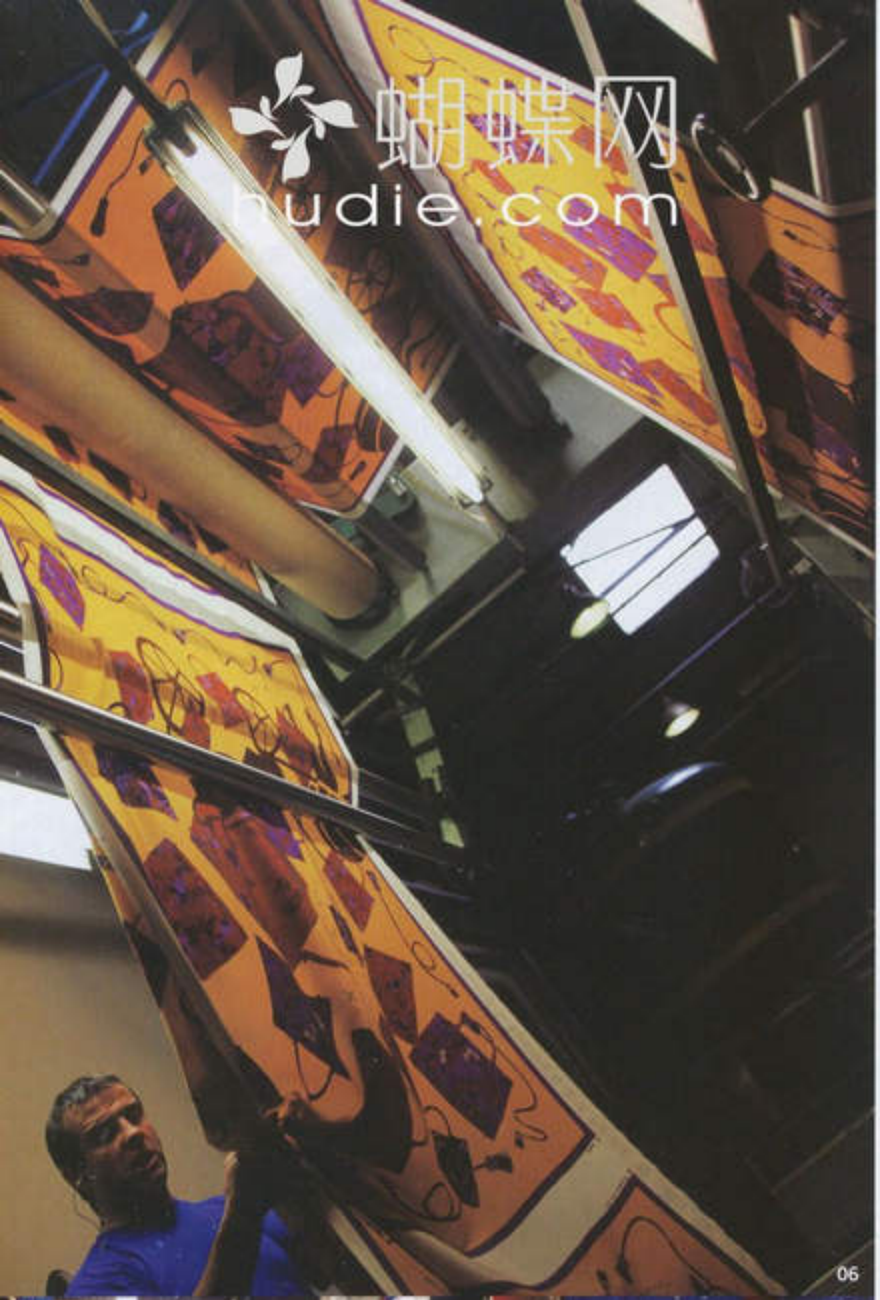
07



08



09



06



07



08



09

Trip to Lyon

Located at the confluence of Rhône and Saône rivers, Lyon has long been renowned as the French capital of textile. In the 15th century, Louis XI introduced the silk textile industry to Lyon; François I attributed the city a monopoly in silk trading in 1536. Having received orders from royal families and the church, the Lyonnaise silk textile perfected in quality and techniques. Ardèche, then an important sericultural region in the south of Lyon, produced raw silk and yarn using water power. By the mid-19th century, Lyon was the biggest silk textile center in Europe. Obviously, related technology such as photo-engraving and Lyonnaise screen printing quickly developed in the region. Today, the region's major industry is replaced by high-tech textile, chemical and pharmaceutical industries. Yet, ancient know-how still survives. The region's economic heritage is preserved by the state and corporate bodies, among which is Hermès, a parent of the region's seven venerable textile-related companies.

Ateliers Gandit at Bourgoin-Jallieu in the east of Lyon continues to produce Carrés Hermès since 1948. Specialized in photo-engraving, the atelier maintains traditional techniques and pushes them forward by integrating the latest tools and materials.

At Ateliers Gandit, the original drawings, delivered from Hermès headquarters in Paris, are first given to women called dessinatrices. They are to "decompose" the drawing into the number of colors. The women will then trace each color block onto transparent film with black india ink. The tools are not limited to a fountain pen; they can use a large brush, a crayon or a little net, whatever inspires them to interpret the texture of the color. The average number of colors used in a drawing is 27. When it comes to an intricate, richly colored drawing, it requires 700 to 2,000 hours of work, even for an old hand with more than 30 years of experience. No wonder that the atelier of dessinatrices is enveloped in silence, as though time were suspended.

Photo-engraving at Ateliers Gandit is done using state of the art machines. Yet, the artisans never cut corners on their work. From exposure to the finishing of the frames, they constantly keep an eye on progress, making sure that the result is always perfect. The precision of their work is in fact at 1/10 mm. The frames are then delivered to Ateliers AS in Pierre Benité, south of Lyon, to begin the printing process.

Each carré sold at Hermès boutiques around the globe has 8 to 10 variations of colors to meet the different tastes of customers, respond to their cultural backgrounds and the feeling of the times. It is in fact "colorists" at Ateliers AS who create these variations. The general color scheme of a carré is set not only in respect to the yearly theme of Hermès and the ambience of the season but also the very personal intuitions of the colorists. Like dessinatrices at Ateliers Gandit, colorists work in a completely traditional manner. The women first take out little cards in different hues from an old wooden box and place them on the scarf, studying potential colors, then transcribe the colors on a sheet of paper called "disposition des couleurs," which mentions the formula or "recipe" of colors. The variation can be limitless; out of 40 "mother colors," there exist over 75,000 hues at Hermès. The recipe is then transported to the area called cuisine des couleurs (color kitchen) where all the colors will be prepared by hand.

Like professional cooks, artisans at the color kitchen mix the precise amount of color powder, gum and other subsidiary materials in a big pot and heat it. The mixture is then poured into little white buckets at the corner of the kitchen, ready to be sent to the printing hall.

The printing table at Ateliers AS is 150 meters long, one of the longest in the country. Silk cloth is rolled out on the table and fixed with glue. The Lyonnaise screening printing, a special method of the region, can now begin. three or four workers stand at intervals and check the movement of the printing machine. Is there any shear or stain? Have the colors dried? How much of a color do I apply, and when? Every once in a while, the worker stops the machine, if necessary, to verify each point. After a few hours, the machine finally stops. The long band of carrés is then suspended above the table, an impressive view like a giant kite in the air.

アトリエAS

リヨンの南、ピエールベニット市にエルメスが擁する巨大なアトリエ。製品の色のバリエーションを決定するカラリストのアトリエ、インクを製造する「色の厨房」、プリントを行なう印刷所がある。エネルギーの再利用や節水など、環境への取組みも高く評価されている。

01 印刷前に絹布を台に固定するスタッフ。02 色の厨房でつくられる色とりどりのインク。03 色の厨房スタッフ。右のジェニファーは16歳で入社し、既に勤続8年。隣のマルセルは勤続43年の超ベテラン。04 色の厨房に整然とかけられたへら。05 印刷テーブルでプリントの状態を確認中。06 印刷を終えた絹布を点検するジェローム。彼いわく「この柔らかさは、まるで春の朝のようだよ」。印刷を終えた絹布は103℃の水蒸気で色を定着させ、カルキや消毒剤を含まない地下水で数回洗浄し乾燥させた後、へり縫い担当部門へ移動。07 デッサンごとに収められた巨大な版材の所蔵室。08 アトリエを案内してくれた、情熱あふれる広報担当のキャメル・アマドゥ。09 アトリエASの外観。



01



02



03



04



05


COMPILING CARRÉ
カレの編集作業。
PIERRE-ALEXIS DUMAS & BALI BARRET

バリ・バレが語り継ぐ、カレの夢。

すべては"出会い"から始まった。2003年、ジェネラル・アーティスティックディレクターのピエール・アレクシィ・デュマは、ある一人の女性のカレに対するたぐいまれなる情熱とセンスを見抜き、彼女にカレのミニコレクションを託した。女性の名はバリ・バレ。彼女は14、15歳のころに、「年ごろの女の子なら誰でもそうするように」母のクロゼットを探っているうちに、カレに出会う。当時、カレは格調高いマダムが身につけるもの。かしこまった印象のあるものだから、気取らないおしゃれを好むバリの母はカレをクロゼットにしまい込んだままだった。しかしバリは、パンキッシュなライダーズジャケットと合わせて腰に巻いてミニスカートにしたり、手首に巻いたりと、カレを思いのまま楽しんだ。カレに描かれている絵の世界に魅せられ、自分の部屋にあった木箱を真っ白に塗り、そこに「鍵」(1965年／キャシー・ラタム作)を忠実に写したりもした。

「カレも、アートも、色も好き。そしてなにより私はファッションを愛し、ファッションデザイナーとしても活動していた。この子なら、カレにファッション的な視点を持ち込んでくれるはずだと、ピエール・アレクシィ・デュマは思ったのでしょう。でも何もかも変えたい、というわけではなかったのです。昔からのものを維持しながら、違うやり方でそれをつくり直し、時代の気分に合わせる。昔と今のミックス――それはとてもバリ的です。クラシックとモダンのどちらかを選ぶ必要はない。ミックスできる。それはエルメスらしいとも思います」

バリ・バレは、'07年にはエルメスの女性シルク部門のアートディレクションを任されるようになった。バリは、カレ誕生70周年を記念して、従来の90×90センチのサイズよりひと回り小さい70×70センチのカレを提案。素材には、長年使い込んだようなビンテージの風合いを出した。彼女のカレの第一作「オムニバスと白い貴婦人のゲーム」のリデザインも人気を呼んだ。またカレのベストセラー「式典用馬具」(1957年／ユーゴ・グリッガー作)を後染めしたビンテージ感のある「ディップ・ダイ」や、カレのようにカラフルなプリントを施した140×140センチのカシミアシルクショールなど、数々のヒットアイテムを生んだ。くたっとした感触が心地よい、シルクジャージー素材の「スムーズ・カレ」も、バリのアイディアで始まった。「きっとロングセラーになると思うわ」と自信に満ちたほほ笑みをのぞかせる。

カレに採用される絵柄もまた、出会いの賜物だ。これまでにカレのデッサンを手がけたアーティストは約100人というが、それぞれの手法や得意な分野、国籍や世代はさまざま。カレの製作を始めた4代目社長ロベール・デュマの時代から、エルメスはユーゴ・グリッガー、カッサンドル、フィリップ・ルドゥーなどの外部のアーティストを積極的に招待。5代目のジャン・ルイ・デュマは「年間テーマ」という制約を設けることで、参加アーティストのクリエーティビティをさらに刺激し、かつてなく抽象的で大胆な作品の誕生を促した。息子でジェネラル・アーティスティックディレクターのピエール・アレクシィ・デュマにいたっては、これまでエルメスが踏み出したことのなかった現代美術という分野に挑戦。通常のカレ・コレクションとは別の「エルメス・エディター」と名づけた特別な枠を、'08年より設け、ごく少量生産の、現代美術によるカレを生み出した(第1号はアメリカの画家、ジョセフ・アルバースの作品をモチーフにしたもの)。もちろん、何十年も作品を寄せ続けている常連アーティストもいるし、そのアーティストの子どもや親類が新たに参加するなど、カレにかかわるアーティストの家系図は広がるばかりである。



「(エルメスに)社内デザイナーはいません。でも、外部のアーティストたちと、大きな家族のようなつながりがあるのです。私たちは常に対話を交わしています。フォーブル・サントノレ通り24番地の上階にデッサンスタジオという場所があって、週に一度、そこにアーティストを迎えます。カレのプロジェクトを共に進めるためにです」とバリは語る。

最後に、バリに「好きなカレは?」ときくと、「それは難しい質問ね」と笑う。「いつも変わるのよ。今日好きと宣言しても、6か月後に同じとは限らない。でも絶対に"これは好きになれない"というものはありません。半年に一度カレのアーカイブに目を通すのですが、そのたびに新しい発見があるから。カレはとても美しい仕事です。そこに込められた時間、心遣い、愛情を考えると……カレの美しさは、ほとんど無限といってもいいほど。もしカレを5分でつくってしまったら、きっとその魔法はないと思うわ」



ピエール・アレクシィ・デュマとバリ・バレ。

デュマのオフィスにて、なごやかに打合せ中の二人。毎シーズン約12の新作と、13の復刻版から成り立つカレのコレクション全体の色の系統や、どの絵柄を復刻させるかなどは、実物をずらりと広げて決めていく。

左に立つ男性は、エルメスのジェネラル・アーティスティックディレクターのピエール・アレクシィ・デュマ。'67年生れ。'03年、父であり5代目社長のジャン・ルイ・デュマのかたわらで同社のアーティスティックディレクター代理を務めていたころ、バリ・バレにカレのミニコレクション「ソワ・ベル」を託す。以降、バリの女性ならではの感性やエスプリを取り込んで、カレの新鮮なバリエーションを次々と生み出している。芸術に深い造詣を持ち、かつて女性シルクテキスタイル部門のアートディレクションも担当しており、カレへの思い入れは深い。バリやフォーブル店ウィンドーデザイナーのレイラ・マンシャリとともに、エルメス社独自の「色委員会」委員も務める。



Bali Barret : Fluttering Into The Future

It started with a beautiful encounter. In 2003, Pierre-Alexis Dumas, General Artistic Director of Hermès, saw in a woman unequaled passion and sensibilities towards the Carré Hermès. Her name was Bali Barret.

"Like every girl that age," around the age of 14 Bali was one day exploring her mother's wardrobe and discovered beautiful silk scarves stowed away in the closet. In those days, Carré Hermès was considered an accessory which adorned dames of fine style, probably too "classic" for Bali's fashionable mother. The young Bali however saw it differently; she wore it freely as a mini skirt with her Perfecto or wrapped it around her wrist... Fascinated by the drawing on a carré, Bali remembers painting "Les Clefs" (by Caty Latham, 1965) on a wooden box in her room.

"I love carrés, art and colors. And I love fashion. I am originally a fashion designer. With this particularly, Pierre-Alexis Dumas must have thought that I could bring fashion's point of view to the Carré. But the idea was not to transform all. It was to preserve the ancient, rework it differently and create something which is of the times. Mixing the ancient and the modern — I think it's actually very Parisian. I don't have to choose between classic and modern but mix them. It's very Hermès, too."

By 2007, Bali Barret was in charge of the women's silk and textile department at Hermès. Celebrating the 70th anniversary of the Carré, Bali had an idea of producing it in a smaller size of 70 square centimeters and "re-designing" the very first carré from 1937, "Jeu des Omnibus et Dames Blanches" with the interpretation by the young artist Cyrille Diatkine. As for the fabric, Bali proposed a vintage touch. She also dared dip-dying the "Brides de Gala," the house's most famous carré, into subtle hues. By washing it, the fabric became supple as though it had been worn for 25 years. Bali also launched with much success "carré fluide," a carré in buttery-soft silk jersey and a 140 square centimeter cachemere scarf with vivid colors and an intricate drawing, like a giant carré.

Carré Hermès is also the fruit of encounters between Hermès and artists. The number of participating artists add up to over 100. Since Robert Dumas, the fourth president of Hermès began the production of carrés, the company actively engaged artists around the globe, all of different generations and styles such as early Hugo Grygkar, Cassandre and Philippe Ledoux. The fifth president Jean-Louis Dumas installed the yearly theme to create coherence among different domains of the house: the new constraint surprisingly gave the artists freedom to explore the theme and create daring, abstract carrés. His son Pierre-Alexis Dumas, with as much passion as that of his father or grandfather, stepped into an unexplored field with the new project "Hermès l'Éditeur," a limited edition of carrés inspired by artists. The first edition, released in 2008, was entitled "Hommage au Carré" and was comprised of faithful reproductions of the series by the legendary American painter Josef Albers.

Many artists in fact work for Hermès for decades and on a regular basis: with their children and descendants joining the venture, the list of participants continues to grow. Bali explains, "there are no intern designers at Hermès, but we have a big family of designers at the exterior. There is a permanent dialog. We receive them in a space called Studio Dessin upstairs at 24 Faubourg-Saint-Honoré once a week to work together on carrés."

Is there such thing as an all-time favorite carré? Which one would be Bali Barret's favorite?

"It's too difficult to say," replies Bali with a friendly laugh. "My favorite changes all the time. In six months, it will no longer hold true. But I would never say that 'I hate it and would never like it.' I visit the carré archive every six months, and each time there is a new discovery. Carré is a beautiful work. Considering the time, care and affection given to it, its beauty is almost immaterial. There wouldn't be this magic if it was made in just five minutes."

Bali Barret
ザディグ エ ヴォルテールを経て、'98年に自身のブランドを開始。2003年、カレのコレクション「ソワ・ベル」を手がける。'07年、エルメスの女性シルクテキスタイル部門のアートディレクターに就任。上の写真でバリが首に巻いているカレは彼女の自信作"ディップ・ダイ"「式典用馬具」。ジャケットにつけた二つのピンバッジは、エルメスとリバティ・オブ・ロンドンのコラボレーションによる限定アイテム。photograph : Takao Oshima



LE CARRÉ HERMÈS



カレの博物誌。

カレの特徴は、そこに凝縮された森羅万象と色彩の豊かさ。デザインするアーティストが作業に取りかかる以前に、研究のために何か月も費やすこともまれではないという。カレは、気が遠くなるほどの細部と時間の積み重ねから生まれる。

左上はパリ・バレ。パリ8区のエルメス社のテラスにて。下は、フランスの出版社、Les Editions du Regardから今年10月中旬に刊行されたばかりのカレの作品集「LE CARRÉ HERMÈS」の表紙と見開きの抜粋。同社のオーナー、ジョゼ・アルヴァレスはカレの熱心なコレクターで、この企画もその情熱によって実現。カレの遊び心を表現した楽しく陽気な本。左ページは、この半世紀に世に出たカレから20点抜粋し、年代順に並べたもの。あるデザインが、何十年か後にそのまま再版されたり、色やプロポーションを変えて登場する場合もあるように、カレには流行がない。上質のシルクに印刷されたその絵は、時間を経ても色あせず、思い出の詰まったカレが、世代を超えて受け継がれる場合も少なくない。

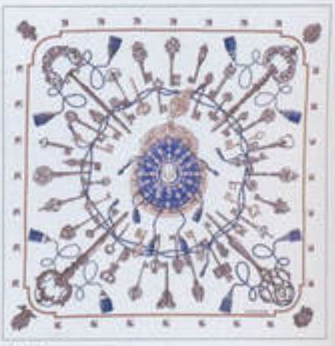
CARRÉ MUSEUM

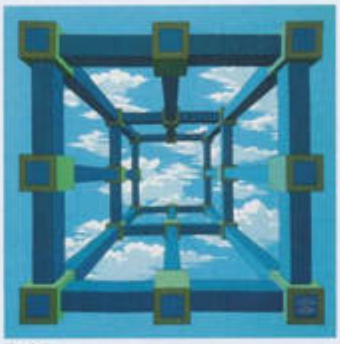
下のカレは上段左から、ロベール・デュマ作「フランス料理を讃えて À La Glore De La Cuisine Française」。最もエルメスらしいといえる馬具の柄の「式典用馬具 Brides De Gala」、「強風 G
Vent」、「鍵 Les Clefs」。2段目左から、カッサンドル作「遠近法 Perspective II」、ユニークで大胆な構図のフィリップ・デュマ作「エヴァ(かつら) EVA」、「鱒 Les Truites」、「パウニー族の
Pani La Shar Pawnee」。3段目左から、エルメス創業150周年を記念してつくられた「花火 Feux D'artifice」、「アルファベ・トロワ Alphabet III」、描かれた鳥の名前もすべて記載された「侵入
L'intrus」、パリ・パレ作「カレーシュ・エラスティック Calèche Élastique」。4段目左から、パリ・パレ作「ムッシュ&マダム Monsieur Et Madame」、「無秩序 En Désordre」、1937年の同名の作品
とにリデザインされた70センチ四方の「オムニバスと白い貴婦人のゲーム Jeu Des Omnibus Et Dames Blanches」、まるで写真のような「ジョゼフィン・ダンス Joséphine Danse」。5段目左か
関テーマのインドにちなんだスペシャルピースでフィリップ・デュマ作「愛すべきインド Beloved India」、カレへのオマージュ、アートピースのスカーフの「ジョセフ・アルバースのスカーフ Nocturne」、
ストでモダンになった「ニュー・スプリングス New Springs」、これも70センチ四方の「サドルステッチ Piqué Sellier」。©Studio des Fleurs & Archives Hermès


1942


1957


1965


1965


1971


1976


1979


1984


1987



1990


1996


2004



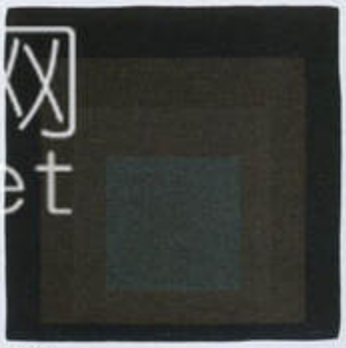
2006


2006


2007


2007


2008


2008


2009


2009

JEWELRY WITH MANNISH ITEMS



[illegible]ジュエリー。

[illegible]存在[illegible]い美しい石は、さまざまなブランドのデザインによってさらに魅力を増し、輝くジュエリーへと生まれ変わる。華やかなドレスと絢爛な姿でジュエリーを表現するよりも、時にはメンズライクなアイテムとともにジュエリーそのものが際立つような、その力強い輝きを演出してみたい。

久富裕史＝写真

photographs : Hitoshi Kutomi (No.2)
makeup : Noda Norikata (Mild)
hair : Asashi
model : Emma

BVLGARI

古代より富や生命力の象徴とされ、用いられてきたスネークモチーフ。ブルガリは、いち早く、時計やジュエリーにスネークモチーフを取り入れたことで知られる。そしてブランド創立125周年を迎えた今年、スネークモチーフのジュエリーはよりしなやかにモダンに生まれ変わって、セルペンティコレクションとして登場した。右手につけたピンクゴールドとダイヤモンドのブレスレット¥2,698,500、ホワイトゴールドとダイヤモンドのブレスレット¥4,599,000、ピンクゴールドとダイヤモンドのリング¥462,000、左手のホワイトゴールドとダイヤモンドのリング¥1,239,000 ブルガリ（ブルガリ ジャパン）／シルクウールのジャケット¥382,200 ニナリッチ（サン・フレール）





CHANEL

ロマンティックなストーリーを描くシャネルのジュエリー。雨粒をダイヤモンドで表わしたようなピアス、光の筋を閉じ込めたようなルチルクォーツ。大人の女性の夢やあこがれを贅沢に演出している。

右 ホワイトゴールドとダイヤモンドのピアス¥1,785,000、ループツイードのジャケット¥1,218,000、モスリンのブラウス¥369,600 シャネル

左 右の人さし指につけた、ホワイトゴールドにルチルクォーツとダイヤモンドのリング¥1,365,000、中指につけたホワイトゴールドにブラックエナメルとダイヤモンドを施したリング¥4,305,000、左の袖口につけたホワイトゴールドとダイヤモンドのカメリアの花のブローチ¥4,137,000、ツイードのジャケットとドレスのセット¥1,073,100 シャネル



DIOR FINE JEWELRY

宝箱をひっくり返したような楽しさと、大胆な素材使いが魅力のディオール ファイン ジュエリー。美しいものへの純粋なあこがれが反映されている。

右手人さし指から順に、ばらモチーフのホワイトゴールドとダイヤモンドのリング¥2,940,000、花々に蝶やテントウムシがとまっているようなホワイトゴールドにアクアマリン、アメシスト、ダイヤモンド、ピンクサファイアを用いたリング¥1,995,000、"oui"の文字を表わしたホワイトゴールドのリング¥99,750、左手人さし指のマーガレット、蝶、テントウムシなどをかたどったエナメル仕上げのリング¥997,500、中指のホワイトゴールドにアクアマリンとダイヤモンドのリング¥498,750、薬指のホワイトゴールドにピンククォーツとダイヤモンドのリング¥1,039,500 ディオール ファイン ジュエリー、ジャケット¥231,000 ディオール オム、シルククレープのブラウス¥126,000 ディオール（クリスチャン ディオール）





VAN CLEEF & ARPELS

四つ葉のクローバーをモチーフにするコレクション、マジック アルハンブラ。このキュートなフォルムも使われる素材によってさまざまなイメージに変わる。タイガースアイやカーネリアンの渋めの配色はオリエンタルな印象。地金のバングルは石こそ配されていないものの、その凹凸による光の反射で、なによりもジュエリーとしての存在感を放つ。

右 イエローゴールドにタイガースアイとカーネリアンをあしらったマジック アルハンブラのロングネックレス¥2,037,000 ヴァン クリーフ&アーペル／千鳥格子のウールのテーラードコート¥301,350 ステラ マッカートニー（ユニット&ゲスト ショールーム）

左 イエローゴールドのバングル¥2,541,000 ヴァン クリーフ&アーペル／シルクウールのメンズライクなテーラードジャケット¥225,750、中に着たスリップドレス¥130,200 ステラ マッカートニー（ユニット&ゲスト ショールーム）



THE PEARL OF THEIR OWN

MIKIMOTO

LIZE from UKRAINE

ホワイトゴールドに大粒の白蝶真珠とダイヤモンドをあしらったリング。サークルが連なるフォルムがフューチャリスティックでモダン。表面にモヘアを用いたボリュームのあるダウンジャケットにもひけを取らない存在感がある。リング¥1,575,000、イアリング¥2,100,000 ミキモト／ダウンジャケット（参考色）¥417,900 モンクレール ガム・ルージュ（モンクレール ジャパン）



真珠と黒い服の肖像。

国籍も年齢も異なる5人の女性が、
スタイルもさまざまな今シーズンの黒い服を着て、
真珠のジュエリーで仕上げたのが、
このポートレート集である。
フォーマルウェアのアクセントとして
登場することの多い真珠が、実はとても
個性的、かつ表情豊かに、服とそれを着る人を
彩っていることに注目したい。

菊地 哲＝写真
photographs : Satoshi Kikuchi (Dynamic)

渡邉由樹＝スタイリング
styling : Yuki Watanabe
makeup & hair : Shinji Ikeda (Mod's Hair)
models : Lize, Kelly, Maaya, Lotte, Chantal



KELLY from USA

約60センチのアコヤ真珠のネックレスに、フリンジのような[illegible]のアコヤ真珠のネックレストップをつけ、[illegible]なイメージに。クチュール感のあるファッ[illegible]ションと相まって、その人の個性をいっそう際立たせる。ネックレス¥803,250、ネックレストップ¥315,000 ミキモト／レザーのベスト¥195,300、Tシャツ¥24,150、ウールプリーツスカート¥69,300、ウールパンツ¥72,450、レザーベルト、ベルトにした羽根のネックレス 参考表品 パトリック ステファン（エスパス）



AAYA from JAPAN
いスタイルにひと際映える、ホワイトゴ
ルドに黒蝶真珠とダイヤモンドをあし
ったロングネックレス。微妙に色合い
違う黒蝶真珠の穏やかな光沢とラウ
ドしたネックレスのフォルムがリズミカ
な存在感を印象づける。ネックレス¥
345,000 ミキモト／刺繍をあしらった
ールのショートベスト¥196,350、シルク
ワンピース¥241,500 アン ドゥムルメ
テール（オリゾンティ）



L[illegible]TE from NETHERLAND

[illegible]ちとで[illegible]ンメーの[illegible]が浮き[illegible]る[illegible]イアリング。[illegible]のあるコートの衿[illegible]とのバランスが美しい。¥1,575,000 ミキモト／ムートンのコート¥401,100 [illegible]オウエンス(Pr[illegible])



CHANTAL from CANADA

少しずつ表情の違うブローチを並べて、リズムを楽しむ。上から、ホワイトゴールドに白黒真珠とダイヤモンドのブローチ¥2,835,000、ホワイトゴールドに黒蝶真珠とダイヤモンドのブローチ¥1,890,000、ホワイトゴールドに白蝶真珠とダイヤモンドのブローチ¥2,131,500 ミキモト／ローゲージニットのジレ¥99,750、ティアードスカート¥39,900 sacai

●42～46ページのジュエリーに関してのお問合せは、ミキモト、tel.03-5550-5678へ。

私とパール。

原 由美子＝文

なぜか、パールが大好きだ。

幼稚園から高校まで着続けたセーラー服から解放され、大学生になったお祝いに最初に母から贈られたのは一粒パールの指輪。その後すぐに、祖母から母へと受け継がれていた指輪も譲られた。ミキモトであつらえたというそれは、小さな白と黒のパールがプラチナについている華奢なものだった。お祝いに贈られた大粒のものより手によくなじみ、していて気にならないので、いつの間にかお守りのように身につけるようになっていた。

その指輪を日常的につけているうちにだんだんとパールへの愛着が深まっていった気がする。それまでは、誰もがよくしている一連か二連のチョーカーには決して手を出さずにいた。かしこまりすぎで、パール自体は好きだが、当時の私の普段のスタイルにはなじまないと思い込んでいたからだ。

白かグレーのTシャツにチノパンツ。その上に濃紺のテーラードジャケットというスタイルが私の定番になりつつある時だった。何か少しおしゃれに見えるアクセントが欲しくて、大きめのネックレスをいくつか試したが、結局落ち着いたのはチョーカーより少し長めのイミテーションパールのネックレス。それとごくシンプルな小粒さんごの一連とを組み合わせてよくしていた。

そしてドレスアップというときには、アンティーク屋で見つけた二連パールの間にダイヤの飾りが組み込まれたクラシックなものを愛用した。

そのあたりまでが私のパール第一期という感じだが、イミテーションをしている私の写真を見た母が心配して、同じような本物を買って送ってくれたので、どこかでグレードアップしたようだ。当時、うれしかったのにもかかわらず、あまり感謝の気持ちを表わさなかったことを後悔しているが、今となっては後の祭りでしかない。

パリ・コレクションにシャネルのプレタポルテが登場したのは、'77年のことだが、その少し後、シャネルのブティックで手に入れた一連のパールも、ずっと愛用し続けている。ココ・シャネルのように何本もとはいかないので、金の長い鎖と、やはり母からの小粒パールのロングネックレスなど、いろいろ交ぜてつけるのが楽しみだ。

パールといえば楚々としたイメージというのを、マハラジャの豪華な写真で覆されたのも衝撃的だった。ダイヤモンドだけでなく、パールも権力と豊かさの象徴として、男の人の胸もとをあれほど華やかに彩っていた時代もあったのだ。

そして、こんな雰囲気にもなると刺激されたのは、イタリア映画「愛の嵐」('73)の冒頭で、グレーの細かな格子のテーラードスーツに黒真珠の一連をしたシャーロット・ランプリングの姿だ。彼女の顔だちと役柄に負うのは確かだが、パールがあれほどドラマティックに陰影を含んだ魅力に満ちて見えたのは初めてだった。

今はあえて黒い服、ただしカシミアやジョーゼットではなく、黒革かスエード、ざっくりしたバルキーなニットなどにパールのブローチかブレスレットをつけてみたいと思いはじめている。

The Pearl and I

text : Yumiko Hara / translation : Andreas Stuhlmann

For some reason, I love pearls.

Once liberated from the sailor-style uniform I'd been wearing from kindergarten through high school, the first gift I got from my mother to celebrate my enrollment at university was a ring with a pearl. Soon after that, my mother gave me another ring that she had inherited from my grandma. It was a slim platinum ring with little black and white pearls, order-made by Mikimoto. It looked better on my hand than the big one I had received before, and as it never bothered me when I had it on my finger, before I knew it I was wearing it regularly like a charm.

It appears to me that wearing this ring casually on a daily basis gradually solidified my attachment to pearls. I'd been keeping my hands off those single or double chokers that all the world was wearing, because I somehow felt that they looked too ceremonious and didn't fit my usual style at the time, even though I did like pearls a lot.

Dark blue tailored jackets over white or gray T-shirts and chino pants had become my standard outfit. Driven by the desire to add a stylish touch with some nice little accessory, I tried a rather big necklace first, but eventually settled on an artificial pearl necklace that was slightly longer than a choker. I often combined it with a very simple, small stoned coral necklace.

At dressier occasions, I preferred a classic double pearl necklace with diamond accent that I'd found at an antiques store.

That first stage of my personal experience with pearls came to an end when my mother — obviously alarmed when seeing me wearing fake pearls in a photograph — bought me a similar necklace with real pearls to "upgrade" my appearance. I was happy but didn't really show my appreciation at the time, which I deeply regret now that it's too late...

Shortly after Chanel had begun their prêt-à-porter collection in 1977, I got a long pearl necklace at a Chanel boutique, and that has become another favorite of mine. As I can't go out wearing lots of them at once like Coco Chanel, I like to combine various different items, such as long gold chains, and that long necklace with little pearls my mother gave me.

Seeing a pompous photograph of a maharaja wearing pearls was quite a striking experience, as it reversed my graceful image of pearls, and made me realize that not only diamonds, but pearls as well could make a flamboyant adornment on a man's chest to symbolize power and wealth.

Charlotte Rampling sporting a slim gray tailored suit and a black pearl necklace in the opening scene of *The Night Porter* was another stimulating sight, demonstrating what else pearls can do in terms of atmosphere. Even though the effect surely owed much to Rampling's features and the character she was playing, I have never seen pearls look more dramatic and radiate that shadowy kind of fascination.

I'm recently feeling the urge to try combining pearl broaches or bracelets with black clothes — albeit not with cashmere or georgette, but with black leather, suede, or rough and bulky knitted fabrics.

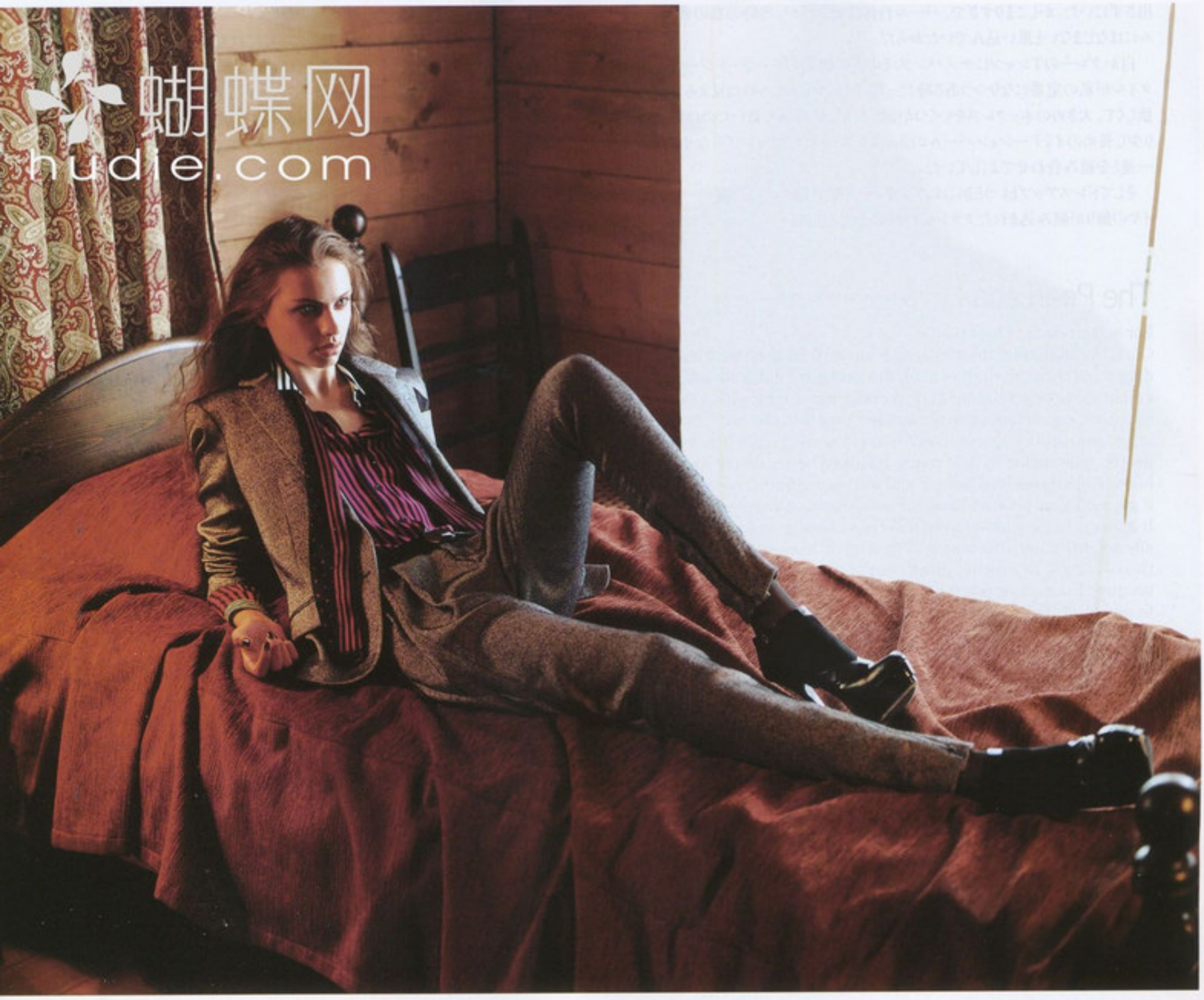
Yumiko Hara
'45年生れ。慶應義塾大学文学部仏文学科卒業後、「アンアン」創刊準備室に参加。'70年よりスタイリストとして活動を始め、'73年よりパリ・コレクションの取材を開始。現在、さまざまな雑誌のファッションページを手がけるほか、コラムの執筆、各種コンクールの選考委員、審査員を務めている。著書に「写真集 オードリー・ファッション物語」（講談社）、「きもの着ます。」（文化出版局）など。

［…ディスアイテム］

…常に着る、シックでドレッシーな秋冬スタイル。

…井俊哉＝写真　竹瀬智子＝スタイリング
…otographs : Shunya Arai (Femme), Tohru Yuasa (B.P.B.)(still life) / styling : Satoko Takebuchi
…keup : Uda (S-14) / hair : Abe (Femme) / model : Tina / cooperation : R.C.CORE, Bess Square

4 ladies' items
early of winter



slim pants

この秋冬の注目ボトムはマニッシュなスリムパンツ。異素材でグラフィカルに切り替えたものや装飾的にポケットやジップを配したデザイン性の高いもの、ジャージーやウエットスーツなどに使われるハイテク素材を使用したスキニータイプが人気。

スリムタイプのペグトップパンツ¥121,800、パンツと同素材のツイードジャケット¥250,950、シルクのストライプシャツ¥99,750、スカーフ¥36,750、ベルト¥29,400、ブーティ¥158,550　グッチ（グッチ　ジャパン）／ソックススタイリスト私物



balenciaga
(balenciaga japan) ¥89,250



emilio pucci
(emilio pucci company) ¥233,100



under.ligne
(brand news) ¥72,450



bui de barbara bui
(sanki shoji) ¥76,650



diesel
(diesel japan) ¥23,100



twenty8twelve by s.miller
(bluebell japan) ¥29,400



toga
(toga archives ltd.,) ¥50,400



roberto cavalli
(roberto cavalli japan) ¥69,300



jillstuart
¥36,750



alexander mcqueen
(restir) ¥269,850



stella mccartney
(unit & guest showroom) ¥107,100



neil barrett
(pmd japan) ¥59,850



romantic blouse

シフォン、レース、オーガンディなどの柔らかな素材のブラウス。衿や袖、フロントに繊細なフリルやプリーツ、リボンをあしらったレディライクなテーストが新鮮。ジャケットとのコーディネートでブラウスのディテールを際立たせた着こなしを提案したい。

フリルカラーのシルクブラウス¥141,750、ベロアのノーカラージャケット¥170,100、ベルト¥155,400 クロエ バイ ハンナ・マクギボン（クロエ インフォメーションデスク）



jillstuart
¥52,500



maurizio pecoraro
(sanki shoji) ¥207,900



see by chloé
(chloé information desk) ¥28,350



flicka
(flicka international) ¥37,800



chris benz
(rattan seven) ¥82,950



etro
(etro japan) ¥97,650



red valentino
(valentino information desk) ¥90,300



bensoni
(brand news) ¥40,950



rena lange
(pmd japan) ¥126,000



3.1 phillip lim
(3.1 phillip lim japan) ¥60,900



blugirl
(bluebell japan) ¥69,300



margaret howell
(anglobal) ¥28,350



modern folklore

ロシアや東欧、北欧などの民俗的なエッセンスを取り入れたフォークロアスタイル。ノルディックや花柄、フェザーモチーフのウェアや小物が登場した。ヘアアクセサリー、ストール、靴、バッグなどスタイリングの主役にできる小物も充実。

大輪の花の刺繍で立体的にフロントを彩ったウールのガウンコート¥399,000、裾にレースをあしらったチュールドレス¥199,500 ケンゾー by アントニオ・マラス(ブルーベル・ジャパン)/タイツ スタイリスト私物



marc by marc jacobs
(marc jacobs customer center) ¥67,200



paul smith
(paul smith japan) ¥30,450



pendleton meets opening ceremony
(barneys new york shinjuku) ¥69,300



bally
(bally japan) ¥126,000



tao comme des garçons
(comme des garçons) ¥73,500



miharayasuhiro
(sosu miharayasuhiro) each ¥3,675



missoni
(onwardkashiyama) ¥189,000



sladky
(barneys new york shinjuku) ¥26,250



fatima morocco
H24×W40×D15cm
(united arrows harajyuku for women's style for living) ¥15,75



anna sui
(isetan shinjuku) ¥63,000



maison michel
(restir) hairband ¥14,700, hairpin ¥18,900



marni
(marni japan) ¥63,000



workboots

ハードな印象のエンジニアブーツ、マウンテンブーツ、レースアップブーツに注目が集まる今シーズン。ベーシックなタイプに、フリンジ、スタッズ、ベルトなどのディテールを加味したタイプ、ヒールでエレガンスをプラスしたものなど、進化したワークブーツがそろっている。

8ホールのパテントワークブーツ¥22,890 ドクターマーチン（ドクターマーチン・エアウエア ジャパン）／総スパングルのドレス¥207,900 ソニア リキエル（オンワード樫山）／タイツ スタイリスト私物



jimmy choo
¥158,550



marni winter edition
(marni japan) ¥102,900



sartore
(anglobal shop omotesando) ¥99,750



jillstuart
¥49,350



giuseppe zanotti design
(le ciel bleu ginza) ¥201,600



bess
(barneys new york shinjuku) ¥79,800



miharayasuhiro
(sosu miharayasuhiro) ¥68,250



dior
(christian dior) ¥124,950



barbara bui
(sanki shoji) ¥155,400



ras
(ras japan) ¥34,650



alexander wang
(restir) ¥98,700



tod's
(tod's japan) ¥84,000



3.1 phillip lim
(3.1 phillip lim japan) ¥79,800



右 ウールのノーカラージャケット¥7,990、タートルネックのノースリーブセーター¥2,990、ベルトつきのマイクロミニスカート¥3,990　左 ハイカラーが特徴のロングダウンコート¥12,900、エナメルベルト¥2,990　+J（ユニクロ、一部店舗のみでの取扱い）／グローブ スタイリスト私物

FINENESS
+J



ユニクロとデザイナー、ジル・サンダーの邂逅。

2009-'10秋冬、ユニクロの新ラインとして登場した、+J（プラス ジェイ）。
デザイナーのジル・サンダーが手がけるこのラインは、ミニマルなデザインに新鮮なエレガンスと高いクオリティを内包し、彼女のベーシックな洋服へのこだわりを示す革新に満ちたプロジェクトとなっている。

WATARU=写真　**タケダトシオ**=スタイリング
photographs: WATARU / styling: Toshio Takeda (Mild) / makeup: Yuki (Femme) / hair: Asashi / model: Yulia S.



右 ウールのトレンチコート¥14,900、エナメルベルト¥2,990 左 カラーにパイピングが施されたタキシードコート¥12,900、ベルトつきのマイクロミニスカート¥3,990 +J（ユニクロ、一部店舗のみでの取扱い）／グローブ スタイリスト私物
※56～59ページで紹介したアイテムは、製品によっては在庫がない場合もあります。





コンパクトなトゥキャップと細めのフォルムでスマートな印象のチャックテイラー。定番のホワイトはレザー素材で展開。チャックテイラー レザー ハイ¥24,150 CONVERSE ADDICT（コンバースインフォメーションセンター）



コンバース アディクト
進化し続けるチャックテイラー。
2008秋冬にスタートした、究極のコンバースを体現する
ハイエンドライン、コンバース アディクト。
'09-'10秋冬の最新コレクションの主役は
1960年代のチャックテイラーのディテールに
防滑性、耐摩耗性の高いアウトソール、ビブラムや
クッション性に優れたインソールにはポロンなどを搭載し、高機能を実現
チャックテイラーならではのシャープなシルエットを生かした
最上級のコンバースを、モダンカジュアルなコーディネートで美しく履く。

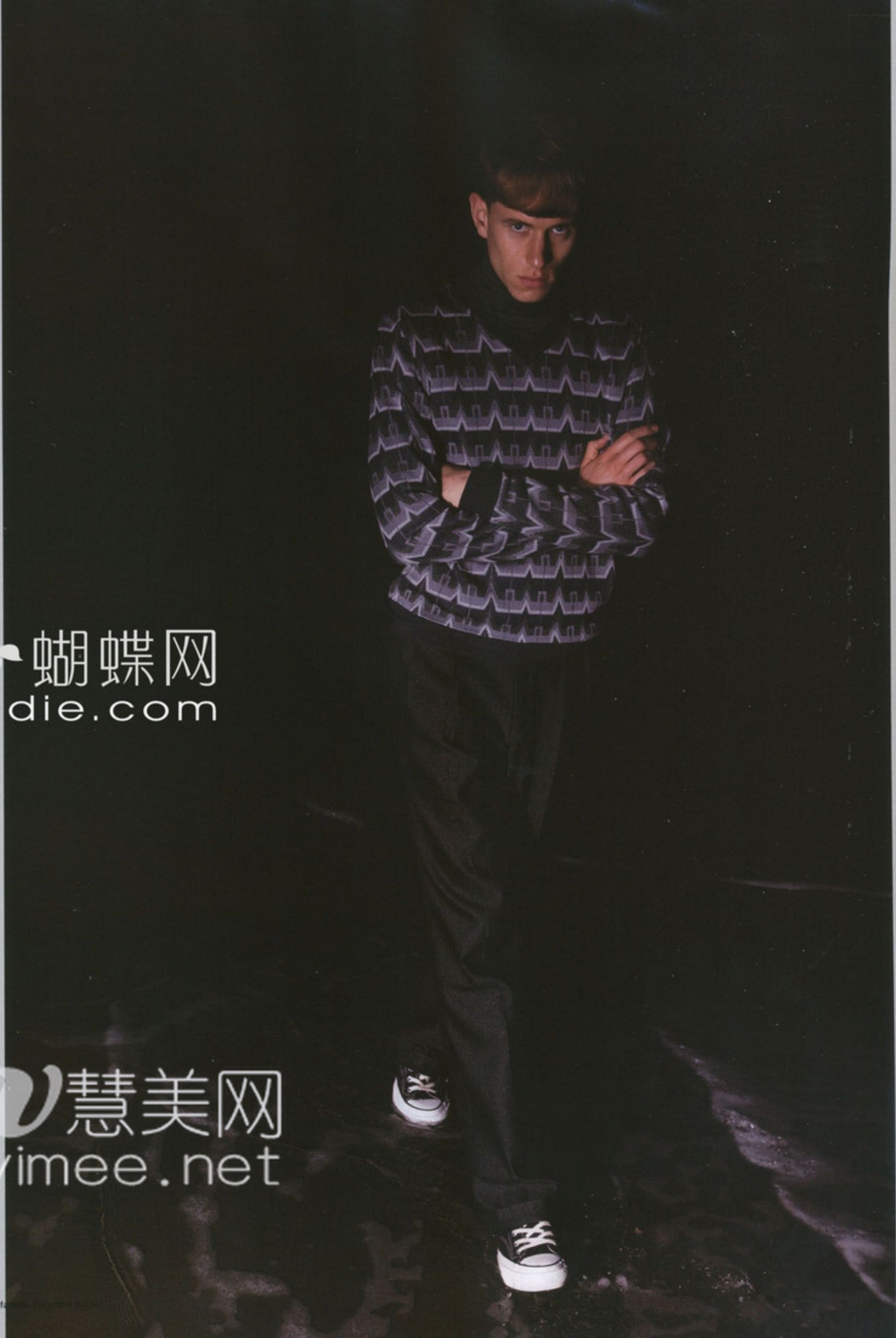
玉川竜＝写真 **土杉美雪**＝スタイリング

photographs: Ryu Tamagawa (Frame) / styling: Miyuki Uesugi

'60年代のチャックテイラータイプに85年に発売されたオールスターのマルチカラーを配したキャンバスタイプ、チャックテイラー マルチ ハイ¥17,850 CONVERSE ADDICT（コンバース インフォメーションセンター）/ ユナイテッドアローズ ワイドパンツ¥22,050 イクイパージュ（共にユナイテッドアローズ 原宿本店 ウィメンズ館）/ 腰に巻いたカーディガン¥33,600 ルカス ドゥ テルトル（ユナイテッドアローズ 原宿本店 ウィメンズ館 スタイルフォーリビング）/ 帽子 スタイリスト私物

ユーモックス仕様で、通常のオールスターより長めのタンが、脚を長くスマートに見せる。右のタンの裏側にはプレイヤーズネームタグも。チャックテイラー キャンバス ハイ¥16,800 CONVERSE ADDICT（コンバースインフォメーションセンター）





マンハッタンのビルをモチーフにしたセーター¥23,100、中に着たセーター¥18,900、ウールのパンツ¥29,400 N.ハリウッド(ミスターハリウッド)●60〜63ページのCONVERSE ADDICTの製品に関するお問合せは、コンバースインフォメーションセンター、tel.0120-819-217へ。



RAF SIMONS

らかな毛足のウールのコートは細身のシルエットが美しい。胸にはこの秋冬の象徴的モチーフであるミラーがはめ込まれている。
ットボレロ¥65,100、コート¥198,450、イタリアンカラーのシャツ¥43,050、ストレッチウールのパンツ¥90,300、タイ¥37,800、牛革のグローブ¥69,300 ラフ・シモンズ（サン・フレール）

ラフ・シモンズ。未来のクラシック。

エリートビジネスマンの狂気を描いた映画「アメリカン・サイコ」にインスパイアされた今シーズンは、
クラシコイタリアの美しいスーツやコートに、ネオプレン素材やミラーをアレンジしたアバンギャルドなコレクション。
一所にとどまることなく、常に新しい男性像を模索し続けるラフ・シモンズの今がここにある。

守本勝英=写真 二村 毅=スタイリング
photographs : Katsuhide Morimoto (S-14) / styling : Tsuyoshi Nimura (Femme) / hair : TAKU (Eight Peace) / model : Tony / editing : Naoko Sasaki

A NEW MAN



イタリアのテーラーメードで仕立てられたクラシックで端正なスーツと、ネオプレンのボレロの組合せが異彩を放つ。
ネオプレンのボレロ¥54,600、チョークストライプの2Bスーツ¥274,050、イタリアンカラーのシャツ¥43,050、タイ¥48,300、チーフ¥9,450、牛革のグローブ¥69,300、ミラーつきシステムノート¥59,850 ラフ・シモンズ(サン・フレール)



ーブ状のケープがついたタイトなセーターはスクエアなネックラインが新鮮。タイドアップしたシャツを合わせて。
ーブつきセーター¥115,500、ストライプシャツ¥54,600、2タックのワイドパンツ¥90,300、タイ¥48,300、牛革のグローブ¥69,300 ラフ・シモンズ(サン・フレール)



ショートトレンチは軽く着心地のよいレーヨンポリウレタン混紡素材。ウエストのギャザーによるエレガントなドレープが特徴だ。
トレンチコート¥264,600、イタリアンカラーのシャツ¥43,050、タイ¥37,800、ピンストライプのスラックス¥255,150（スーツ価格）、牛革のグローブ¥69,300 ラフ・シモンズ（サン・フレール）
●64～67ページの製品に関するお問合せは、サン・フレール、tel.03-3265-0251へ。

THE ONLY EXISTENCE



バジュラと永瀬正敏。感応する個性。

複雑な表情を持つウォッシュトレザーのブルゾン、アシメトリーに仕立てられたジャケット。ストイックに洋服と対峙してきたデザイナー藤井一紀の、独自の世界観を表出したブランド、バジュラ。このブランドが、映画界でも突出した存在感を放つ俳優、永瀬正敏とシンクロした。

大森克己＝写真
photographs : Katsumi Omori

ミヤマス ヨシ＝スタイリング
styling : Yoshi Miyamasu (Signo)

永瀬正敏＝モデル
model : Masatoshi Nagase
hair : Asashi

右 ラムレザーのフーディットベスト¥90,300、ウールギャバジンの一つボタンのジャケット¥58,800、ジャケットと同素材のベスト¥30,450、レーヨン[illegible]ロング[illegible]¥18,900、[illegible]同素材の[illegible]¥[illegible],600、[illegible]の[illegible]ル¥[illegible],900 [illegible]縮絨ウー[illegible]コート¥79,800 フロントにドレープを施した二枚重ねの[illegible]ソー¥2[illegible],200、コ[illegible]天[illegible]¥[illegible]9,400、三連のネ[illegible]ス¥13,650、ブーツ¥71,400
製品 すべてバジュラ

BAJRA × MASATOSHI NAGASE





Masatoshi Nagase
'66年宮崎県生れ。俳優。「ションベン・ライダー」(相米慎二監督、'83)でスクリーンデビュー。その後、ジム・ジャームッシュ監督の「MYSTERY TRAIN」('89)に出演し、俳優としての希有な存在感を見せる。山田洋次監督の「息子」('91)では、日本アカデミー賞最優秀助演男優賞、同監督の「隠し剣 鬼の爪」('04)では、日本アカデミー賞の主演男優賞を受賞するなど、振り幅の広い演技と独特のたたずまいで、映画界におけるポジションを不動のものにしている。また、写真家としての活動も行ない、写真展への出展や雑誌での連載など精力的に活動を続ける。

右 強撚スムースを用いたロングジャケット¥50,400、ストライプのロングシャツ¥33,600、ウールギャバジンのロングジレ¥40,950、ジャケットと同素材のパンツ¥33,600、帽子¥12,600、ブーツ¥71,400
左 ラムレザーのフーディットブルゾン¥102,900、アンゴラとテンセルのロングジレ¥27,300、タンクトップ¥7,140、サルエルパンツ¥23,100、ブーツ¥71,400
製品 すべてバジュラ
●68〜71ページの製品に関するお問合せは、バジュラ、tel.03-5457-2022へ。



KAZUKI FUJII & BAJRA'S WORK SPACE



Bajra pursues a unique style of dressmaking

Bajra's exhibitions take place near the actual season. While the Paris and Milan menswear collections are usually staged about a year before the respective items hit the stores, in the case of Bajra, there are never more than three or four months between an exhibition and the time the articles go on sale. Designer Kazuki Fujii jokes, "My clothes are the freshest when they arrive at the stores." He has a point. This method certainly is in stark contrast to that of the global brands that unveil their creations early, only to look perfectly familiar once they're finally made available.

Bajra don't do runway shows. According to the designer, that's because "Bajra's dressmaking doesn't follow any trends, and [they] don't choose a new theme for each season, so people who come to the shows would probably go home with a similar impression each time."

Nonetheless, the brand now operates, in addition to their flagship store in Daikanyama, Tokyo, stores in Hiroshima and Atsugi, and supplies boutiques all across the country with their garments. Even without flashy advertising, they've been continuing on a small scale for 20 years, since 1989.

"We are really lucky. I guess we were only able to continue because the company is not too big. We're living in a consumptive world where everybody — including journalists — keeps swimming around like sharks, and it's impossible to survive if you don't provide them with fresh new food all the time. I think that's an odd situation, and I find it questionable to support sales by proposing one concept for one year and announcing another for the next. Once you're in that cycle and have decided on one thing for a particular year, you're forced to replace it with something else for the following year. We have always tried not to get trapped in that mechanism."

The designer places more importance on material, and prefers to channel energy into the development of materials rather than into market research with the aim of detecting trends he could incorporate in his creations. Leather, one of Fujii's favorite materials, appears every season.

"Leather is made from the skins of living beings, and no matter how you treat and process it, you will never be able to eliminate that natural aspect. That's what I like about leather. It's an exquisite material that accommodates itself to the human body the more you wear it, and it was in fact the very first garment used by mankind. Considering how the appearance of leather changes according to the tanning, for me it's the material with the broadest expressive potential. At the moment I'm actually interested in garments that are so thin that it seems rather pointless to use leather in the first place."

At the same time, the brand's approach to synthetic fabrics for use in pants and jackets is quite profound. "Chemical fiber used to be a low status material, but now that we have outstanding technologies for manufacturing synthetic fabrics in Japan, there are in fact particular textures and effects that can only be achieved with synthetic materials.

Working with everything from pliant jersey to solid denim and silk, Bajra's creations are inspired by both menswear and women's fashion. Driven by a peculiar internal clock, the brand is obviously swimming stoically yet smoothly in its own lane, and certainly never with the current of the times.

"People often say that the circumstances surrounding a thing are more important than the thing itself. I watched that Jiro Shirasu special on TV the other day, and realized that the antiques expert, Jiro Aoyama, was saying exactly the opposite. Aoyama claimed that it didn't matter who made a piece or how expensive it is, as long as it instantly appeals to those who look at it. I totally agree. There are people who can take any piece of sheeting and make something powerful out of it, and there are others who recognize its own value. However, it seems to me that the world at large is gradually losing the ability to see things that way. We want to keep on going in accordance with our sense of beauty."

photographs: Tohru Yuasa (B.P.B.)



09



05


04


02


06


10



08


07


03

バジュラの独特な服作り。

バジュラの展示会は、展開されるシーズン間近に開催される。メンズの場合、パリ、ミラノのコレクションが、製品として店頭に並ぶ1年近く前に開催されている現在、バジュラの場合は展示会と販売時期とは、3～4か月くらいしかあいていない。デザイナーの藤井一紀は、「店に並んだとき、そのシーズンの気分を大切にした製品をつくりたいのです」と語る。いち早く発表し、実際に店頭に並ぶころにはすっかり見慣れた服になるグローバルブランドの服の対極といえる。

バジュラはショーも行なわない。理由は、「トレンドを追った服作りをしていませんし、毎シーズン新しいテーマがあるわけではないので、見ていただいても、同じ印象を与えてしまうことがあるかもしれません」と言う。

それでいながら、東京・代官山のほかに、広島と神奈川の厚木に直営店を持ち、取引きのあるセレクトショップは全国にあり、小規模ながら派手な宣伝も打たず、1989年の創立から20年継続してきている。「幸運だと思います。規模が大きくなかったからやってこられたのでしょう。消費の世の中ですからね。ジャーナリズムも含めて、すべてがサメのように、常に泳いで、新しいものを提供し続けないと生きていけない世の中になっていますが、でもそれはどこかおかしいと思うんです。今年はこれ、来年はこれ、といって、消費をあおることには疑問がありますし、それに乗って、今年はこれと言ってしまうと、来年はこれじゃないよって言わざるを得ないわけじゃないですか。僕たちは、そういうのに乗らないようにしてきたとはいえると思います」

マーケティングリサーチによってトレンドを盛り込む代わりに、バジュラの服は素材に凝り、素材開発にエネルギーを費やす。藤井が特に好む素材は革で、これはどのシーズンにも必ず登場する。「レザーというのは、生き物の皮膚ですから、加工しようがどうしようが、そこのところは絶対的に変わらない性質を持っているのが魅力です。着込んでいくうちに人間の体になじんでいくすぐれた素材だし、人類が最初に手に取った衣服でもある。なめし方によっても、いろんなふうに姿を変えていく、僕にとっては可能性をいちばん秘めた素材。今は、革でやる必要はあるのかといわれるくらい、革を薄いものに仕立てることに、興味があります」

かと思うと、パンツやジャケットに使われる合成繊維へも深いまなざしを向ける。「かつて、化学繊維は低い地位にありましたが、今や世界でずば抜けた技術が日本の合成繊維にあるのは間違いないと思うし、合繊だから出る風合いとか落ち感はある。そのへんは柔軟に考えています」

しなやかなジャージー、硬いデニム、シルク…。デザインは、メンズから発想することも、レディスから生まれることもある。融通無碍でいてストイック、時流に乗らない独自の体内時計がバジュラにはあるようだ。「モノよりコトってよく言われますね。モノ自体よりも、その背景が大事だという…。先日、テレビで白洲次郎の番組を見ていて思ったのですが、青山二郎の言っているのはこの逆だなと。骨董の目利きである青山は、大家がつくったものとか、値段が高価だとかは重要ではなく、目の前にポンと置かれた作品が自分にとって魅力的かどうかがすべてだと言っているのです。僕も本当にそのとおりだと思います。そのあたりに転がっているシーチングを使って、力のあるものをつくれる人もいるし、その価値を見抜く目を持った人もいる。でも、最近は、モノを見る力が、世の中全体で弱ってきているのではないでしょうか。僕たちとしては、コトよりもモノを優先して考えている自分たちの美意識を信じて活動していきたいのです」

上の写真はすべて、東京・代官山にあるバジュラのショップと、ドア1枚隔てたアトリエで撮影。02、07、09は、ショップ(東京都渋谷区鉢山町15の5 セダストーンヴィラ2階 tel.03-5457-2022)。01は、アトリエに勢ぞろいしたスタッフたち。手前右から、逆時計回りに、プレスの天笠彰子、レディスパターンの海老原知佳、社長でデザイナーの藤井一紀、生産の佐々木公宣、[illegible]の平野稔、メンズパターンと企画の[illegible]山忠[illegible]、[illegible]とレディスパターンの橋[illegible]、企画[illegible]。[illegible]れ担当が一応は[illegible]、誰もが交差[illegible]いくつもの仕事を[illegible]している。02 [illegible]友人で、今年1月亡くなったミュージシャンでアーティストの大口広司のイラストが、シルバーアクセサリーの陳列ケースの上にかかる。03 [illegible]秋冬のコートのデザイン画。04、05、08 スタッフのデスクまわり。06 広いサンルームのアトリエの[illegible]デスクがあるデザイナーのデスク。07 ショップとアトリエが隣接しているため、専従のショップスタッフは置かず、手のあいている者が接客する。09は、旧山手通り沿いにたたずむショップ入り口。アプローチの床に、藤井一紀のマニフェスト(英文)が白で書かれている。10 20代のころ、インドやネパール、チベットを歩き回ったという藤井一紀の、インドみやげ。バジュラという名も、サンスクリット語の"Vajra"から。

DOWN OUTER



DRIES VAN NOTEN
(TFC) ¥116,550



N.HOOLYWOOD
(MISTER HOLLYWOOD) ¥55,650



GIVENCHY BY RICCARDO TISCI
(3RD CULTURE) ¥446,250



FRED PERRY
(FRED PERRY SHOP HARAJUKU) ¥27,300



EYE COMME DES GARÇONS JUNYA WATANABE MAN
(COMME DES GARÇONS) ¥72,450



PAUL SMITH JEANS
(PAUL SMITH JAPAN) ¥29,400



PYRENEX × ALEXIS MABILLE
(LIQUOR, WOMAN&TEARS) ¥76,650



THE DUFFER OF ST.GEORGE × ROCKY MOUNTAIN FEATHERBED
(JOI'X CORPORATION) ¥36,750



ISSEY MIYAKE
(ISSEY MIYAKE INC.) ¥81,900



DUVETICA
(F.E.N.) ¥96,600



TRUSSARDI 1911
(STEP INC.) ¥452,550



RAF BY RAF SIMONS
(SANN FRERES) ¥194,250

今や冬の必需品、ダウンアイテム。もともとは防寒着、ワークウェアなどカジュアルウェアに分類されたが、今シーズンはさらに発展。
テーラードやシャツのディテールを取り入れた新鮮なデザインも登場。スタイリングの幅が広がるアウターがそろった。



WINTER STYLE IN THE ROMANTIC SCENERY

ITEMS FOR MEN

［今月のメンズアイテム］

寒い季節を彩る ノスタルジックな クリエーション。

この冬にあらためて注目したいスタンダードな4つのアイテムをピックアップ。定番アウターのダウン、ノーブルなチェスターフィールド、素朴な風合いのカーディガン、鮮やかな赤のアイテム[illegible]ーシックなアイテムも素材やデ[illegible]ルに変化[illegible]で[illegible]に進[illegible]新鮮な[illegible]アイテムが[illegible]った。

守本勝[illegible]＝写真
photographs: Katsuhide Morimoto (S-14), Jos[illegible]
二村 毅＝スタイリング
styling: Tsuyoshi Nimura (Femme), Kentaro Higaki (still life)
makeup & hair: Kenichi Yaguchi (Traffic)
model: Jamie Gardner
cooperation: Canadian Farm

タイトなフォルムと、ホワイトのスナップボタンが印象的なウールのフードつきダウンジャケット¥259,350、ダウンが入ったウールのパンツ¥134,400、ニットキャップ¥33,600 モンクレール ガム・ブルー（モンクレール ジャパン）　靴…スタイリスト私物

CHESTERFIELD



BOTTEGA VENETA
(BOTTEGA VENETA JAPAN) ¥543,900



DIOR HOMME
(CHRISTIAN DIOR) ¥325,500



JIL SANDER
(JIL SANDER JAPAN) ¥378,000



JOHN LAWRENCE SULLIVAN
¥105,000



KAZUYUKI KUMAGAI
(ATTACHMENT DAIKANYAMA) ¥120,750



BALENCIAGA
(BALENCIAGA JAPAN) ¥244,650 reference price



NEIL BARRETT
(PMD JAPAN) ¥187,950



JULIUS
¥199,500

クラシックで美しいフォルムを描くチェスターフィールド。シングルやダブルなどボタンの配置やラペルの形のミニマルな変化に、メゾンのアイデンティティが反映される。素材ではウールを主にカシミアやレザーも登場し、多様なクリエーションが並ぶ。



ダブルブレストのウエストをシェープさせたフォルムが特徴的。ピークトラペルのウールのチェスターフィールド¥342,300、衿にスタッズがついたストライプのコットンシャツ¥73,500、ウールのスラックス¥88,200、靴¥131,250 プラダ(プラダジャパン)

CARDIGAN



KOLOR
(MORERIDE) ¥50,400



3.1 PHILLIP LIM
(3.1 PHILLIP LIM JAPAN) ¥79,800



DR.ROMANELLI
(BARNEYS NEW YORK SHINJUKU) ¥173,250



THOM BROWNE.
(STEADY STUDY) ¥81,900 reference price



D&G
(DOLCE&GABBANA JAPAN) ¥61,950



WHEREABOUTS
¥50,400



MARGARET HOWELL
(ANGLOBAL) ¥79,800



DIESEL BLACK GOLD
(DIESEL JAPAN) ¥63,000



ALEXANDER McQUEEN
(RESTIR) ¥155,400



Z ZEGNA
(ZEGNA JAPAN) ¥54,600



COSMIC WONDER LIGHT SOURCE
¥48,300



TOMMY HILFIGER
(TOMMY HILFIGER JAPAN) ¥16,800

シーズンを問わないユースフルなアイテム、カーディガン。今回は、ベーシックなカラーリングでざっくりした編み地のタイプをセレクト。
Vネックやショールカラーのもの、クラシックなアランやリブ編みなどその表情も個性豊か。あたたかみのある素朴な風合いを楽しみたい。



アワーグラスのシルエットを描く、ドロップトショルダーのリブ編みのウールカーディガン¥115,500、ウールのタートルネックニット¥55,650、パンツ¥66,150、靴参考商品 ジル・サンダー（ジルサンダー・ジャパン）

RED



YOHJI YAMAMOTO
(YOHJI YAMAMOTO INFORMATION DESK)
¥203,700



REINHARD PLANK
(LIFT ÉTAGE) ¥39,900



SUPREME
¥8,400



HERMÈS
(HERMÈS JAPON) ¥122,850



F.LLI GIACOMETTI
(WHEELIE) ¥84,000



LANVIN
(LANVIN JAPAN)
JACKET¥319,200 PANTS ¥115,500



ADAM KIMMEL
(DIPTRICS) ¥40,950



HAAT
(ISSEY MIYAKE INC.) ¥39,900



M'S BRAQUE
(SEKOND) ¥18,900



BUZZ RICKSON'S
(BEAMS HARAJUKU) ¥40,950



TOHMAS ENGEL HART
(EDITION OMOTESANDO HILLS) ¥52,500



VISVIM
(F.I.L. TOKYO) ¥29,400



VALEXTRA
(VALEXTRA JAPAN NIHONBASHI MITSUKOSHI)
¥294,000



WOOLRICH WOOLEN MILLS
(SSP.) ¥92,400

多くのメゾンのコレクションに登場した色、レッド。この秋冬はアウターからインナー、アクセサリーまでバリエーションも豊富。視覚的にもウォームでインパクトのあるアイテムを、コーディネートのメーンに取り入れたい。

赤に部分使いされた黒が全体の印象を引き締め、大きな衿とラペルが印象的なウールのベルテットコート¥588,000、コットンシャツ¥63,000、デニムパンツ¥105,000、チェックのカシミアマフラー¥231,000、靴¥483,000 トム フォード(トム フォード ジャパン)





photographs: Katsuhide Morimoto(S-14)



UNDERCOVERISM

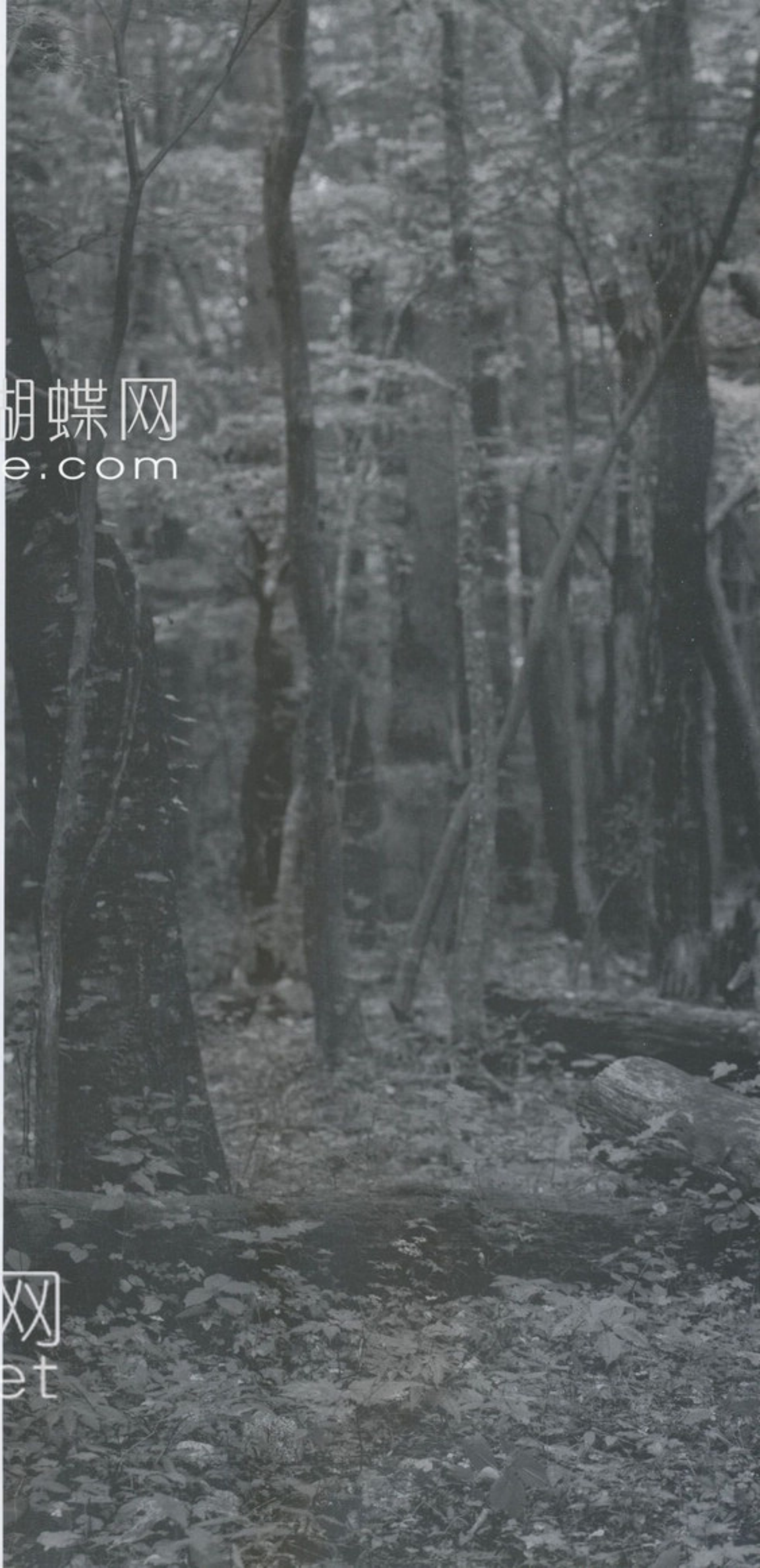
Less but Better.

URCRISM SS/2010
Made by UnderCover Laboratories.

UNDERCOVERISM

Less but Better.

URCRISM SS/2010
Made by UnderCover Laboratories.



アンダーカバイズム。
ミニマルへの回答。

ドイツ、ブラウン社の工業デザイナーとして活躍した、ディーター・ラムス。2010春夏シーズン、アンダーカバイズムは、彼へのオマージュとして、極めてミニマルなコレクションを発表した。光を反射するリフレクター糸やハイテク素材を多用したフラットなフォルムは、ラムスの目指した無駄のないプロダクツと重なり、高橋盾なりのラムスの理念への回答を示している。

守本勝英＝写真
photographs : Katsuhide Morimoto(S-14)
高橋 盾＝ディレクション
direction : Jun Takahashi
hair : Taku(Eight Peace)
model : Steffen

ITEM NUMBER / ITEM NAME / PRICE
E4204 Zip up Blouson ¥96,600
E4515 Short Pants ¥88,200
E6L02 Socks ¥15,750
E6F04 Sandals ¥52,500
E6C04 Backpack ¥35,700
Sunglasses & Twig / Sample Items

独特の光沢を放つリフレクター糸を編み込んだニットのブルゾン、レギンス、ソックスは、先進かつ実験的な素材を多用した今シーズンを象徴するアイテムの一つ。





E4207 Hooded Blouson ¥60,900
E4504 Cotton Pants ¥23,100
E6F04 Sandals ¥52,500
Sunglasses & Twig / Sample Items



上・右下 コットンジャージーをベースに、ソフトビニールのフード、袖口のレザーバンドなど、異素材をミックスしたフーディッドブルゾンとコットンのレギンス。シンプルなホワイトトーンのコーディネートに、直線的な切替えやさまざまな素材のアクセントが映える。右5点 ディーター・ラムスのプロダクツを想起させるドットのパンチングやオーディオレベルメーターの装飾、スラッシュポケットが、ミニマルなアイテムのアクセントに。ウェーブ状のシャツカラーや森林の転写プリントなど、有機的なファクターもちりばめられ、モノトーンのクリエーションとコントラストを描く。



E4401 Cotton Shirt ¥27,300
E45[illegible]1 Pant [illegible]
E6N0[illegible] Cotton Tie ¥10,[illegible]00
E6W03 Key Holder ¥12,600



E4202 Forest Print Blouson ¥92,400
Sunglasses / Sample Item



E4505 Nylon Pants ¥33,600



E4205 Nylon Blouson ¥65,100
E4509 Slim Pants ¥31,500



E440[illegible] Cotton Shirt ¥33,600



E4102 Nylon Tailored Jacket ¥73,500

ピッグスキンのPCケース、ラバーソールのレザーサンダル、ポリウレタンのバックパック、レザーのブレスレット。洋服同様、アクセサリーにも多種多様なマテリアルを用いたテクニカルなデザインがそろう。ペイントした枝にも、スチールの持ち手を施すなど、徹底した世界観の追求が、プロダクツからもかいま見える。



E6C02 Pigskin PC Case ¥37,800



Pigskin Shoes / Sample Item



Painted Twig / Sample Item



E6F04 Leather Sandals ¥52,500



E6C11 Perforated Metal Print Bag ¥23,100



E6N01 Necklace with Acrylic Parts ¥10,500



E6H01 Cap ¥10,500





E4108 Tailored Jacket with leather handle ¥71,400



E6C04 Polyurethane Backpack ¥35,700(each)



E6C04 Leather Key Holder ¥12,600



E6A02 Leather Wristband ¥16,800



E6F01 Trekking Boots ¥84,000



E4301 Water Print Coat ¥86,100
E4514 Water Print Pants ¥47,250
Sunglasses & Painted Twig /
Sample Items



水面の写真をプリントしたステンカラーのコートとパンツ。モノトーンのクリエーションに、プリントがひと際異彩を放つ。ランウェーでモデルがつけていたフューチャリスティックなプラスチックのアイウェアも、ミニマルな世界のスパイスとして登場。

左 ペーパーのような特殊な質感が特徴のプルオーバー。コットンのインナーパンツを合わせたスポーティなスタイルで。
右 グレーベージュのポリエステルのステンカラーコートと裾をゴムで絞ったパンツ。
今回のコレクションのキーカラーとなったオレンジは、ボタンやはと目、ファスナーなど、モノトーンのポイントとして登場した。
2~11ページの製品 すべてUNDERCOVERISM



E4210 Pullover ¥75,600
E4504 Cotton Pants ¥23,100
Sunglasses / Sample Item



E4303 Polyester Coat ¥73,500
E4501 Pants ¥39,900
Sunglasses / Sample Item

At Pitti Immagine Uomo 76

歴史ある舞台に並んだ、アンダーカバーの新境地。

2009年6月17日。アンダーカバー初のメンズショーは、パリでもミラノでも東京でもなく、イタリア・フィレンツェ、ピッティ宮の敷地内にある広大なボボリ庭園の一角で行なわれた。中心に噴水を配したルネサンス様式の広場は、皓々とスポットライトがともされ、高橋盾の新たな創造を披露する舞台として、一晩だけのランウェーに姿を変えた。全身ホワイトに始まり、ライトグレー、ブラックとモノトーンのコーディネートが続く。水面や森林のプリントアイテムが一部に出てきたものの、クリエーションは一貫してミニマルな方向を示す。テーマは、「Less but Better(より少なく、しかしよりよいものを)」と題され、ドイツの電気機器メーカー、ブラウン社のプロダクトデザイナーであったディーター・ラムスの理念をくんだもの。スピーカーを模したパンチング、リフレクター糸を織り込んだニット、発汗性、撥水性に優れた新素材。シンプルなデザインだからこそ追求した素材やディテールへのこだわりが際立ち、ミニマルの表現という明確なコンセプトと、アンダーカバーの向かう新たな境地を観衆に印象づけた。また、ショー後には、ドールメーキングのライブも行なわれ、前回のレディスコレクションで登場した人形、グレースを即興的につくり上げるという、高橋の持つ、ショーとは異なったベクトルの世界観も披露した。

Under Cover Pushing A New Frontier in A Historical Setting

June 17, 2009: Under Cover's first men's show takes place not in Paris, Milan or Tokyo, but in a corner of the vast Giardino di Boboli on the premises of the Palazzo Pitti in Florence, Italy. The Renaissance style piazza with its central fountain is brightly illuminated by spotlights, as it was transformed for one night only into a stage for Jun Takahashi to present his newest creations. Appearing are models dressed in monotone colors ranging from white via light gray to black. Although some of the garments are printed with images of water surfaces or forests, the design consistently reflects the collection's minimal "Less but Better" theme that draws heavily from the philosophy of Dieter Rams, who was product designer for the German electronics manufacturer Braun. Fabrics are punched to look like speakers, interwoven with fluorescent yarn, or made of highly diaphoretic and water-repellent new materials. The items' simple designs make way for carefully selected materials and details to stand out, while the clear concept of minimalism is impressively highlighted together with the new frontier that Under Cover is heading toward. The show is followed by a doll-making session creating impromptu incarnations of the "Grace" doll that appeared in the previous women's collection, which serves as an additional indicator of Takahashi's own alternative take on presenting fashion.







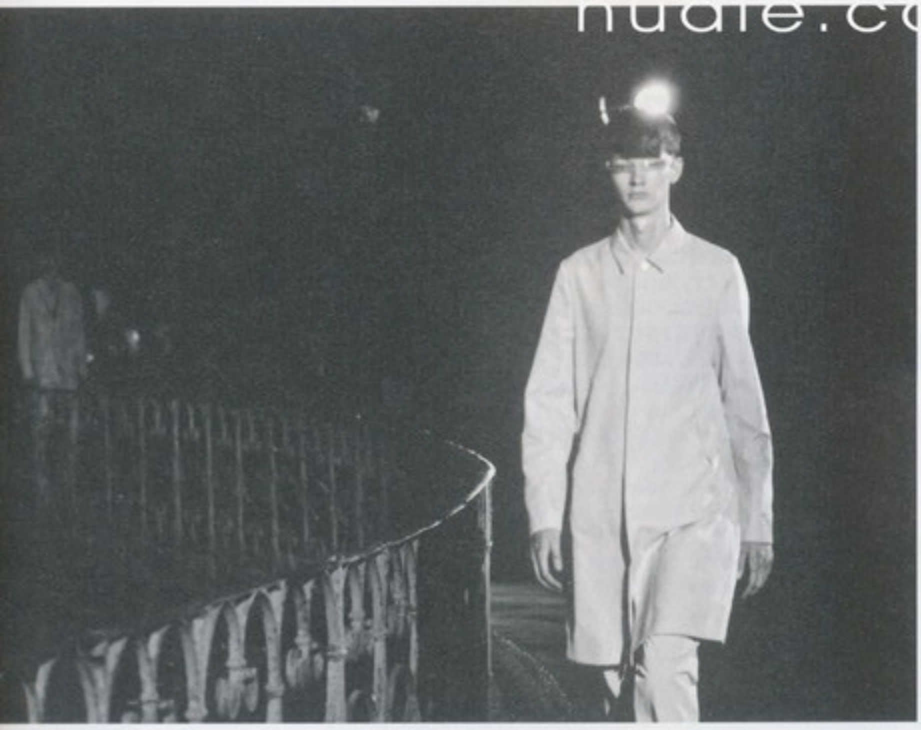




2010 S/S Fashion Show

イタリア、フィレンツェで開かれる、メンズのプレタポルテ見本市、ピッティ・イマジネ・ウォモ。アンダーカバーのデザイナー、高橋盾は、その76回目のスペシャルゲストとして招かれた。会場となったのは歴史を感じさせるたたずまいのピッティ宮ボボリ庭園内の噴水広場。庭園様式とは対極のコントラストを描く、モダンでミニマルなクリエーションが並ぶ。モデルには、コレクションのイメージと符合するピュアな少年を起用。ショー後には、高橋自身によるドールメーキングのパフォーマンスも披露された。

アンダーカバイズム。
ピッティ宮で行なわれた初のメンズショー。







守本勝英＝写真
photographs：Katsuhide Morimoto(S-14)
translation：Andreas Stuhlmann(P.12, P.14),
Yuki Tamura(P.19, P.20~23)

Interview with Jun Takahashi

ディーター・ラムス、そしてシンプルについて。

今回のコレクションは、どんなふうに決まったのですか?
高橋盾(以下、T) 2年ほど前に、基本はメンズのウェアの発表をしてほしい、どういう発表のしかたになってもかまわないし、どこで何をやってもかまわない、ということでピッティ・イマジネ・ウォモ側から打診されました。今までメンズのみで何かをというのは、やったことがなかったけれど、おもしろそうかなと引き受けたのです。最初は、自分がつくっている「グレース」というクリーチャーのエキシビションだけを考えていて、メンズをランウェーで発表するということには興味を持っていなかったのですが、考えていく過程で加えることに決まったのです。
ランウェーに現われた服は、シンプルでしたね。
T そう、しかも普通で。素材とか機能というものに、だいぶ前から興味を持ってつくってきたんですが、今回は、もっと無駄を省いて、デザインも省きながら、ミニマルな方向性でやっていこうかなと。
ディーター・ラムスをテーマに取り上げようというのはいつごろ決まったのですか?
T ディーター・ラムスのプロダクツには、ずっと興味を持っていましたが、あらためて今やりたいこととリンクしているなと感じたのです。工業デザイン的なフィーリングのある服を、ハイテク素材とか機能などを織り交ぜていく。それと、ディーター・ラムスの言葉も読んで、ああ、今自分はそういう方向の服をつくりたいんだなと。彼のプロダクトも最近一気に集め出しました。
ディーター・ラムスの魅力とは?
T 昔ぽくて、未来っぽい。1960年代のスペースエージみたいな未来っぽさとも違うし、かといって、バウハウスのような、ドイツのソリッドな感じとも違う。独特なんですよ。シンプルで省いているんだけど、なぜか、印象に残る。そこがすごい。サイズも大きすぎず、いいんです。控えめな感じで。フィニッシュのしかたを見ていると、ここまでそぎ落としても、これだけデザインができるんだと感動します。うちらも、いろんな方法があるのかなと、刺激されますね。
そのラジオのスイッチボタンやスピーカーの部分のドットなどのディテールを服に生かしましたね。
T いつもはレイアードが多いんですけど、今回は極力そぎ落として、その分、ディテールに目がいくようにしました。
どのあたりのアイテムから手がけたのですか?
T ジャケットですね。うちは、いつもジャケットから入るので。
今の時代のメンズの流行について、高橋さんのお考えは?
T 全然、興味ないんです。流れについては。意識ゼロなんで。今は、自然に生まれたものを丁寧につくろうとしているだけですね。
作業は、レディスとかなり違うものでしたか?
T メンズの場合、基本的には自分が着たいということが、発想の基本にあるんです。でも、今回は、つくっていて、すごく楽しかったですよ。メンズのほうがしっくりきているかなという気がしました。今はメンズから発想したレディスというものを、考えています。メンズのストイックな感じのほうが、今は自然なのです。
メンズのほうがリアリティがあるということですね。
T そのリアリティを、レディスにも落とし込んでいきたいなと思っているのです。デザインされたドレスもいいけど、あまり現実味がない、現実味のないものを今はつくりたくないのです。そこらへんが変わってきましたね。ファッションの現実味のない部分に、疲れちゃったのかな。コーディネートも、さらっとしているもののほうがかっこよく見えますね。周りを見てもみなシンプルな格好をしていますしね。今や、ごてごて着飾る時代じゃないですね、完全に。
では、ラグジュリーについて、どう考えますか。
T 正直、今は時代に合ってないと思いますよ。カッコいいと思えない。上品な雰囲気は好きですけど。金持ちそうに見えるとか、豪華そうに見えるとかは、全然興味ないです。そんなことを服で表現しなくても、と思います。

Dieter Rams and Simplicity

How exactly did your collection this time come into being?
Takahashi: About two years ago, Pitti Immagine Uomo approached me with the request to create basically a menswear line, which I would be free to do whatever, however, and wherever I want. I had never tried anything limited to men's fashion alone, but the offer sounded interesting, so I took the job. I initially thought about doing only an exhibition of my own "Grace" character, as I wasn't interested in staging a runway show of men's fashion. However, in the process of putting the collection together I decided to add a show as well.
The clothes that eventually appeared on the catwalk were very simple...
T: That's right, and more than that they looked perfectly ordinary. I've been making clothes with a concern for materials and functionality for a long time, and this time I thought I'd try a rather economic design approach to take things in a somewhat minimalist direction.
When did you decide on Dieter Rams as a central theme for the collection?
T: I've always been fascinated with Dieter Rams' product design, and realized at this occasion that it was somehow connected to what I've had in mind recently – making clothes that combine an industrial design kind of feeling with high-tech materials and functions. I read Rams' own statements, which reinforced my desire to produce garments in a similar vein. I even began to collect products he designed...
What do you think is so appealing about Dieter Rams?
T: His design looks old yet at once futuristic. It's not that the '60s "space age" sort of thing though, and it's also different from the German solid feel of Bauhaus. I think it's totally unique. The products he designed look simple and economic, and yet for some reason they have a striking visual impact. That's what I find so amazing. Designs aren't too big, but just right in their modest size. In terms of finishing, these products are absolutely impressive examples of how much design is possible even with a style as stripped down as that. They inspire me to explore various possible methods for my own work.
Those eventually materialized in various details this time, such as radio buttons or dots in speaker parts...
T: Usually, my design always involves multiple layers, but this time I trimmed this part down as much as possible, and decided to focus on details instead.
Which were the items you started working on first?
T: The jackets. My collections always begin with the jackets.
How do you feel about trends in menswear these days?
T: I'm not interested at all in trends and currents. I just don't take notice. All I'm trying to do at the moment is take the greatest possible care to fabricate the things that come up naturally.
Was the type of work very different from making dresses for women?
T: In the case of menswear, the basic idea is to make clothes that I'd want to wear myself. But I did have a lot of fun this time. I got the impression that I'm perhaps feeling more comfortable with menswear. Right now I'm working on a concept for a women's line that is inspired by menswear. The stoic feel of menswear looks more natural these days.
Which means that there is more reality in menswear?
T: Yes, and I'd like to infuse that reality also into the realm of women's fashion. Well-designed dresses are okay, but they're rather unrealistic, and I don't feel like doing something that unconvincing right now. That's an aspect that has definitely changed. I guess I got tired of the unrealistic notion of fashion. Items coordinated in a clean and dry fashion look more stylish to me, and when observing people around me, I realize that they're all dressed in a simple style. The days of garish fashion are long gone.
How do you think about things like luxury then?
T: Frankly speaking, I think it's not appropriate nowadays. I can't see what is cool about a luxurious look. I like a classy appearance, but I'm absolutely not interested in dresses that make the wearer look rich or gorgeous. In my view, such things don't need to be expressed through fashion.



ディーター・ラムスのプロダクツの並ぶオフィスでの高橋盾との対話。



Jun Takahashi
'69年群馬県桐生市生まれ。'88年文化服装学院に入学。'90年から、友人とブランド、アンダーカバーを始める。'94年4月に'94-'95秋冬で東京コレクションに初参加。同年9月に有限会社アンダーカバーを設立(2000年には株式会社に)。'97年毎日ファッション大賞新人賞、'01年同賞大賞を受賞。'02年10月、'03春夏でパリ・コレクションに初参加。'09年6月、ピッティ・ウォモにゲストデザイナーとして参加。'10春夏メンズコレクションを発表、初のメンズ単独のランウェーショーとなった。上の写真は高橋盾。アンダーカバー・ラボ(本社)の地階で。

Atelier & Staff



アンダーカバー・ラボと呼ばれる本社の入り口。1階は、経理と営業。

Masayasu Togashi
Managing Director

富樫正康
取締役





Takami Kono
Financial Accounting

光野多歌美
財務・経理

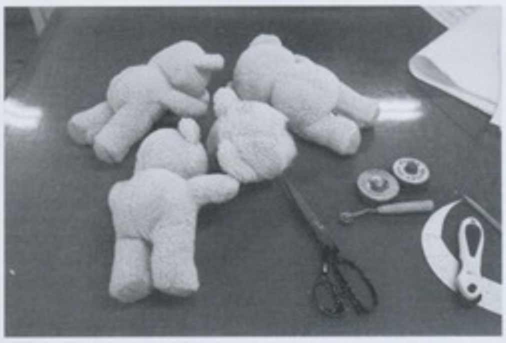




Daishi Murata
Team GILA

村田大志
チームGILA

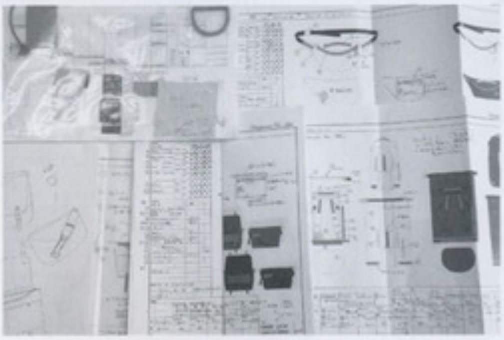




Yuriko Katagiri
Accessories

片桐由利子
小物生産





アンダーカバーが会社組織の形になって今年で15年。
現在社員は、総勢48人。その中から各セクションのベテランが登場。



2、3階は、レディスとメンズのアトリエ、制作部門、プレスルーム。

Kyoko Taoka
Patternmaker for Women's

田岡恭子
レディスパターンナー





Masaaki Nishikawa
Patternmaker for Men's

西川正朗
メンズパターンナー





Kazuhiko Sekino
Production Control

関野一彦
生産管理





Hiromitsu Hashikomi
Sales Manager

橋込博光
営業







地階は高橋盾のスペース。

Chieri Hazu
PR

波津千恵里
プレス

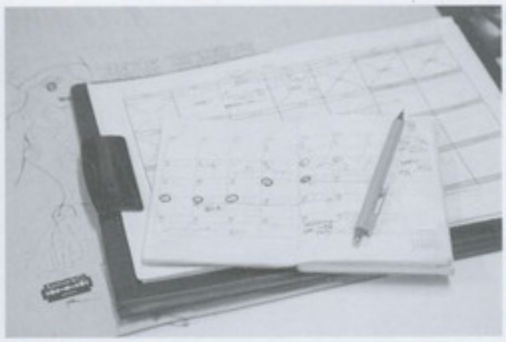




Naomi Kubo
PR

久保菜穂美
プレス

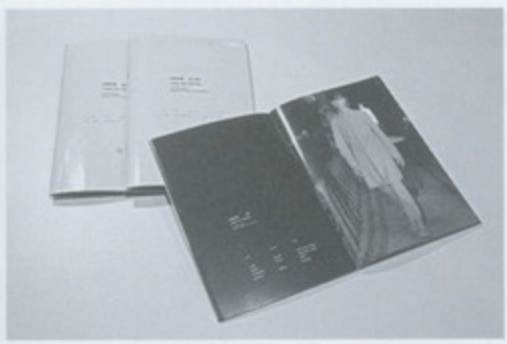




Kosuke Nakano
Shop Manager

中野晃介
ショップマネージャー





Akiko Yanagida
Shop Manager

柳田昭子
ショップマネージャー



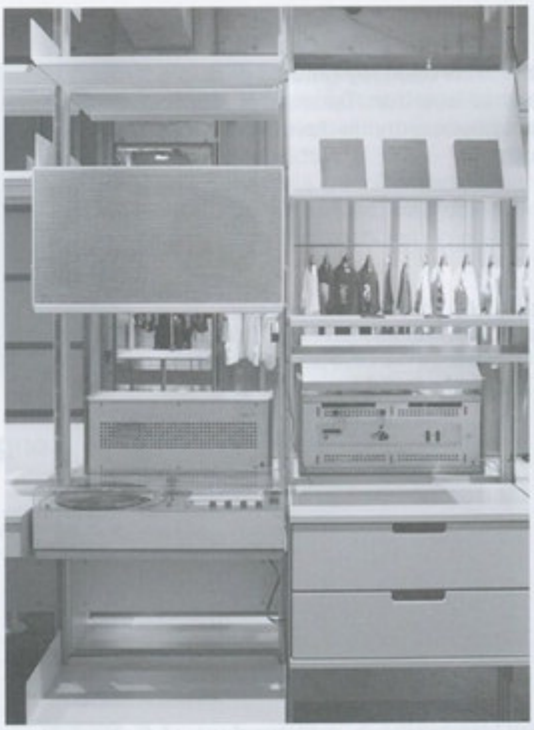


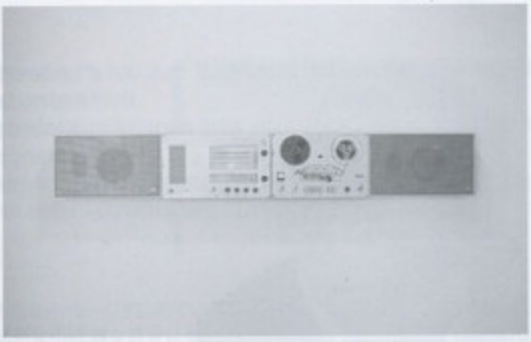
リニューアルオープンした、
アンダーカバー青山本店。



東京都港区南青山5の3の22
ユニマットブルーサンクポイントA棟
1階・地下1階
tel.03-3407-1232（レディス）
tel.03-5778-4805（メンズ）
営業時間11：00-20：00

Unimat Bleu Cinq Point A (1F & B1),
5-3-22 Minami-Aoyama,
Minato-ku, Tokyo
tel.03-3407-1232 (women's)
tel.03-5778-4805 (men's)
Hours: 11:00-20:00







今年7月末に以前の店舗の場所から数十メートルの距離に移転し、オープンしたアンダーカバーのニューショップは、"Less but Better"の精神でまとめられたミニマルで個性的な空間。唯一の装飾である天井からつるした1万個の電球が宝石のような、雲のような効果を発揮し、がらんとした空間に独特のインパクトを与えている。奥に唐突に置かれたジュラルミン製のトレーラーは、デヴィッド・リンチ監督の映像世界を思わせる不思議さを醸し出している。店内のあちらこちらに配された、ディーター・ラムスによるプロダクツは、高橋盾のコレクション。ギャラリーのように、一つずつ鑑賞して回るのも、このショップならではの楽しみだ。1階はレディスフロア、地下がメンズフロア。ラムス・デザインの棚が什器として使われ、フロアスタンドやソファもあり、ラムス・ワールドにさらにひたれるようになっている。

Under Cover's new store that opened this July just a stone's throw from the old location is a unique place with a minimally designed interior that breathes the philosophy of "Less but Better." Decoration is limited to 10,000 light bulbs suspended from the ceiling. Shining like a cloud of jewels, they lend the wide and otherwise rather empty space an extraordinary visual impact, complemented by a duralumin trailer that charges the place with the sense of curiosity of a David Lynch film. Placed here and there are various products designed by Dieter Rams, provided by Jun Takahashi from his personal collection. Walking around and examining the displays one by one like in a gallery is one of the unique ways of enjoying a visit to the store. The ground floor offering women's fashion, and the men's floor in the basement are fitted with Rams-designed shelves, clothes-stands, and even a sofa for an additionally intense experience of the Ramsian universe.

Special Messages to Jun Takahashi

Messages from The World

Jun Takahashi has come to be widely known as a designer for Under Cover in the international fashion scene and quite far beyond. His challenging attitude, his earnestness, his plain and simple character, and his gentleness have been crossing the lips of all sorts of people at all kinds of occasions. Their messages to the designer speak volumes.

世界から高橋盾へのメッセージ。

アンダーカバーのデザイナーとして、ジュン・タカハシの名前は、ファッション界だけでなく、今や世界に広く知られている。その挑戦する姿勢、ひたむきさ、飾り気のない人柄、やさしさ——これは、さまざまな機会にいろいろな人たちが口にすることだ。あらためて、その一端を、メッセージの形で。



photograph: Abisag Tüllmann

"Less but better" has been my guiding principle throughout my career.
I am delighted to see Jun Takahashi adopting a philosophy for his work that discards the unnecessary in favour of both functional and technologically-advanced clothing.

「より少なく、しかしよりよいものを」これが私のキャリアを通じての基本方針でした。
高橋盾の仕事には、不必要なものをそぎ落とし、その代わり機能的、かつテクノロジー面で進んだ服をつくるという哲学があるので、見ていてうれしくなります。

Dieter Rams
ディーター・ラムス

1961年から'95年まで、ドイツ・ブラウン社の主任デザイナーを務め、数多くの伝説的な傑作を手がけた。グッドデザインに対する確固とした考えは今なお新しい。



Jun is a poet, a philosopher, a high prince of fashion. He is neo-boy, a fashion anti-hero. He is also a family man, a generous creator, a visionary who dreams in monochrome, a pretty punk who makes pretty damn cool clothes.
What do I expect from Jun Takahashi?
I expect him a brilliant adventure. Or I expect nothing less.

彼は詩人、哲学者、ファッション界の貴公子。ネオボーイで、ファッションのアンチヒーロー。ファミリーを愛する人間でもあるし、心豊かなクリエーター、モノクロームの夢を見る幻視者、プリティで超クールな服をつくるプリティパンクでもある。
高橋盾に何を期待するかって？
輝かしい冒険を期待します。またはそれに勝るとも劣らないものを。

Jefferson Hack
ジェファソン・ハック

'91年にフォトグラファーのランキンとともに、「Dazed & Confused」誌を立ち上げる。現在は、2001年創刊の「Another Magazine」の編集長。



Harry Houben

ハリー・ウーベン

ベルギー・アントワープでハイブランドを扱うセレクトショップ、HOUBENのオーナー。現在、日本のブランドでは、アンダーカバーのほか、サカイ、トーガ、カラーを扱う。

Besides that I like Jun much as a person, we appreciate that he introduced his own way in the Japanese fashion.
Always positive and an open mind; a man with many talents which keep on evoluating we hope. We support him.

個人的には盾の人柄が大好きですし、ショップとしては日本のファッション界で独自の道を開いたことを評価しています。
いつもポジティブで、オープンマインド。多くの才能を持っていて、ずっと進化し続けてほしいと願っています。応援しています。



photograph : Cecile Bortoletti

Michele Montagne

ミシェル・モンターニュ

パリでプレスオフィスを20年にわたって主宰。ヘルムート ラングやジャン-コロナを世に送り出し、現在はアンダーカバー以外に、アン ドゥムルメステールほかを担当。

Avec son vocabulaire qui n'appartient qu'a lui, Jun Takahashi délivre des messages de poésie dans des vêtements qui se méritent.
Il m'interpelle, me dérange quelque fois, m'intrigue très souvent.... mais toujours il me séduit.
Au delà du vêtement, il y a le personnage..... il faut l'avoir observer pendant ses performances, ses "doll making" et avoir vu naître ses "Graces"......
Jun Takahashi est un poète.

高橋盾は、彼だけの言葉で、質の高い服に詩的なメッセージを込めていきます。
私に呼びかけてくる感じで、時には心がざわめくし、不思議な気分になることもしょっちゅう……とにかく、いつもひきつけられます。
服に加えて、人間としても魅力的です。「ドールメーキング」のパフォーマンス中の彼、"グレース"が生まれる様子を見ればわかります。
高橋盾は詩人です。



photograph : Hannah Thomson

Sally Singer

サリー・シンガー

英国版「ヴォーグ」に引き続き、現在もアナ・ウィンターの下で、米国版「ヴォーグ」のファッション&フィーチャーディレクターを務める。子ども時代からの雑誌フリーク。

In my view, Jun Takahashi is one of the coolest, wittiest and most wearable designers to emerge from any country in the past decade. I love his playfulness with popular tropes (utility, preppy, rocker, romantic) and his ability to create, season on season, relevant and compelling narratives with fashion. For a critic he is a joy. And for a woman who loves great clothes, such as myself, he is a true friend. Where would I be without my Undercover trousers and romantic blouses, my weather-responsive jackets and frocks? I would be naked and that would not be pretty.

私にとって、高橋盾は過去10年間に出てきた世界のデザイナーの中でも、飛び抜けてクールで、ウィットに富んでいて、着やすい服をつくる人です。ポピュラーなスタイル（仕事着、プレッピー、ロッカー、ロマンティック）を使って遊ぶところも大好きですし、毎シーズン、ファッションを通じて、的を射た力強い物語をクリエートする手腕もすばらしいと思います。批評家にとってうれしい存在。そして私のように、すてきな服を愛する女性にとっては真の友です。もし私がアンダーカバーのパンツ、ロマンティックなブラウス、オールウェザーのジャケットやフロックを持っていなかったら、どうすればいいんでしょう？ 裸でいるしかなくて、困ってしまいます。



Sarah Mower
サラ・ムーア

イギリス人のファッションジャーナリスト、ライター。インターネット配信のスタイルドットコムの主要な書き手である。ドルチェ&ガッバーナやグッチの作品集にも執筆。

1. A guy with an intense way of thinking and a lot of integrity, who often makes me laugh.
2. To surprise us by engaging in technology in a human way.

1. 考え方が熱くて、とても誠実な人。そしてよく笑わせてくれる人。
2. そしてヒューマンなやり方でテクノロジーに取り組んで、私たちを驚かせてくれること。



Susan Foslien
スーザン・フォスリアン

サンフランシスコのカッティングエッジなブランドを扱うセレクトショップ、SUSANとTHE GROCERY STOREのオーナー。"REBEL"という愛称で知られる。

In fashion today
there are dinosaurs
and puppies.....
Jun, you are an
extraordinary puppy. Susan

REBEL
Susan

今日のファッション界には恐竜もいれば子犬もいて……。
盾、あなたは、ただ者ではない子犬です。



Suzy Menkes
スージー・メンキス

'88年以来、インターナショナル・ヘラルド・トリビューン紙のファッションエディターを務める。歯に衣着せぬ批評で知られるパリ在住のイギリス人。大英帝国勲章受章。

My only expectation about Jun Takahashi's work is that I will be surprised. A creative imagination reaches out – and moves on each season. That is the mark of a great designer.

高橋盾の仕事に期待するのは、とにかく必ず私を驚かせてくれるからです。クリエーティブな想像力の広がりがあって──しかもシーズンごとに前に進んでいく。これは偉大なデザイナーのあかしです。



Terry Jones
テリー・ジョーンズ

アートディレクターを経て、'80年にパンクムーブメントに刺激され雑誌「i-D」を創刊。手作りで始めた時代から現在まで、一貫して編集長を務めている。

Jun Takahashi is a friend with rock star talent working artistically in fashion and with his own hands magically creating ideas.
Together with his team he directs the unexpected and each time the results touch us as the Jun who never lost his humanity. I never expect less than 100% eye opener with a quick wit and a sharp outlook to the future – beyond Punk and a new future vision; technical, wearable, modern.

高橋盾は僕の友達であり、ロックスター的な才能がある。自らの手で魔法のようにアイディアを生み出しながら、アーティスティックにファッションの仕事をしている。
彼はチームのメンバーたちとともに、人が予想もしなかったものを率先してつくるが、その結果にはいつも、ヒューマニティを決して忘れない盾らしさがあって、僕たちの心に響くのだ。頭の回転の速さと、未来へ向かうシャープなまなざしを持った、100パーセント目を丸くさせるものをきっと見せてくれるだろうと、常に期待しているよ。パンクを超えた新しい未来のビジョンや、テクニカルで、着やすくて、モダンな服をね。



TK
ティーケー

香港のマルチメディアスタジオ、Silly Thingを主宰。アンダーカバーの香港店オーナーでもある。今回ピッティで上映した「GILAapple」も製作を担当した。

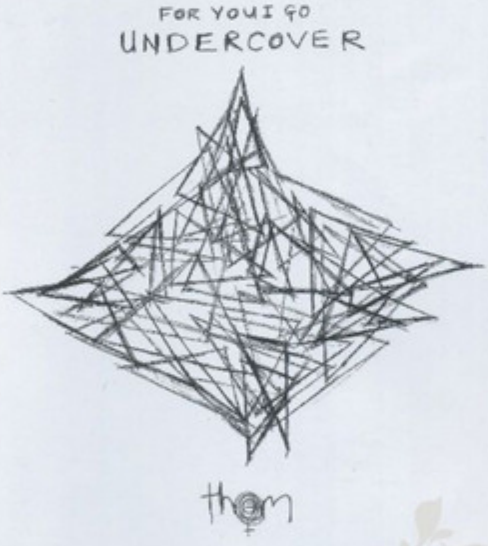
I always enjoy seeing Jun.
Not only because we work together, but as a great mentor and a great friend.
He is truly a great artist, never afraid of changing and breaking boundaries.
Our friendship grew tremendously during the past year, preparing our collaboration for Pitti Uomo, and I'm deeply honored to be part of his Undercover presentation in Firenze, summer 2009.
"Thank you Jun, for everything. I look forward seeing your next creation, as always. The force is with you."

盾と会うのはいつも楽しみです。
一緒に仕事をしているからというだけではなく、私にとっては大事な師であり、友人。
変化すること、限界を突き破ることを全く恐れない、本当にすばらしいアーティストです。
ピッティ・ウォモでのコラボレーションを準備した昨年の間に、私たちの友情は一気に深まりました。
2009年夏のフィレンツェでアンダーカバーのショーにかかわることができて、心から光栄に感じています。
「盾、いろいろありがとう。いつものことだけど、次の新作を楽しみにしてる。力は君とともにある」



Thom Yorke
トム・ヨーク

レディオヘッドのメンバー。高橋盾とはパーソナルな親交がある。9月にソロのシングルCD「Feeling Pulled Apart by Horses／The Hollow Earth」をリリース。



SPECIAL EDITION

Manual of UNDERCOVER 2010

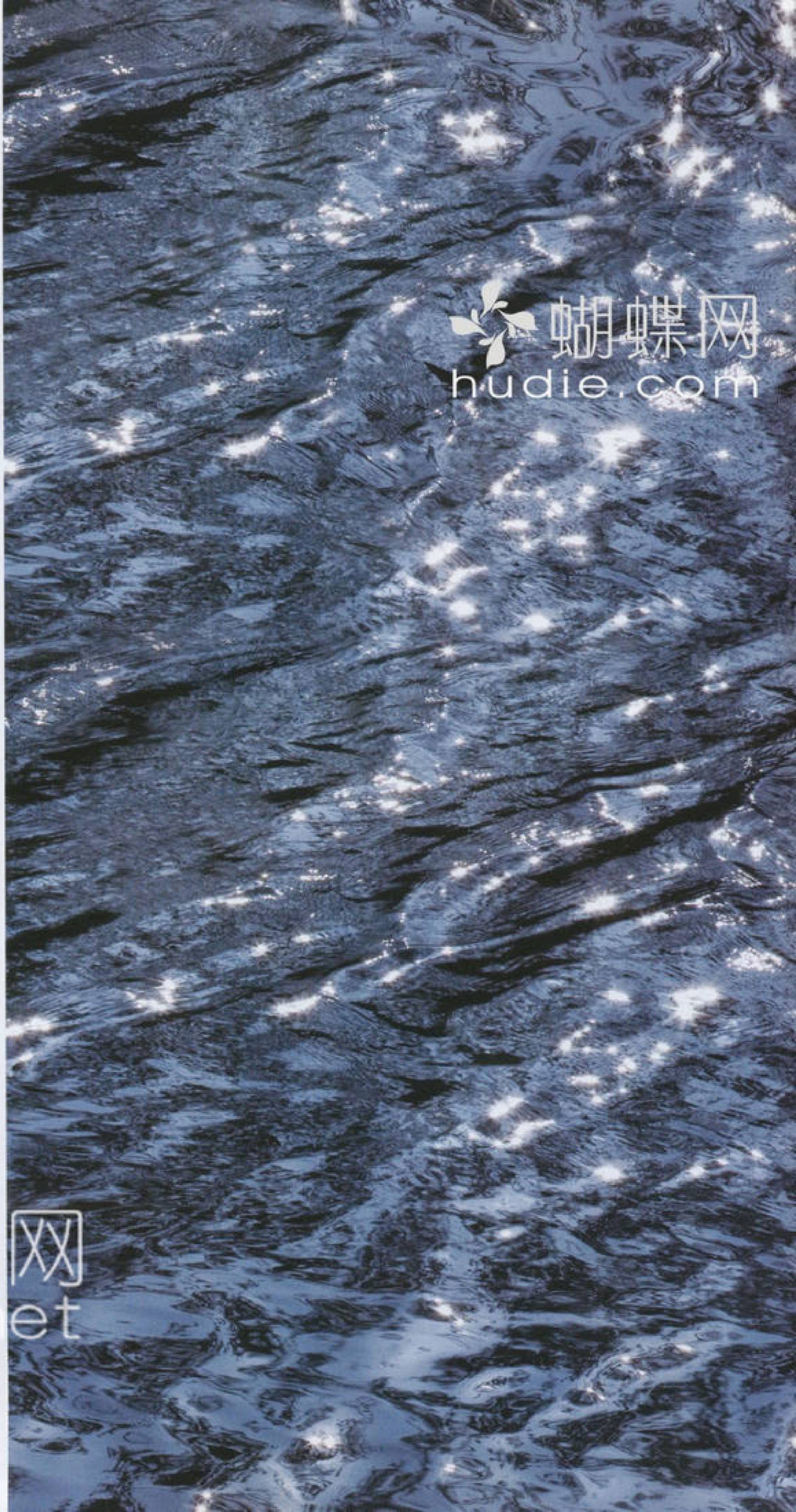
Direction & Book Cover Design : Jun Takahashi

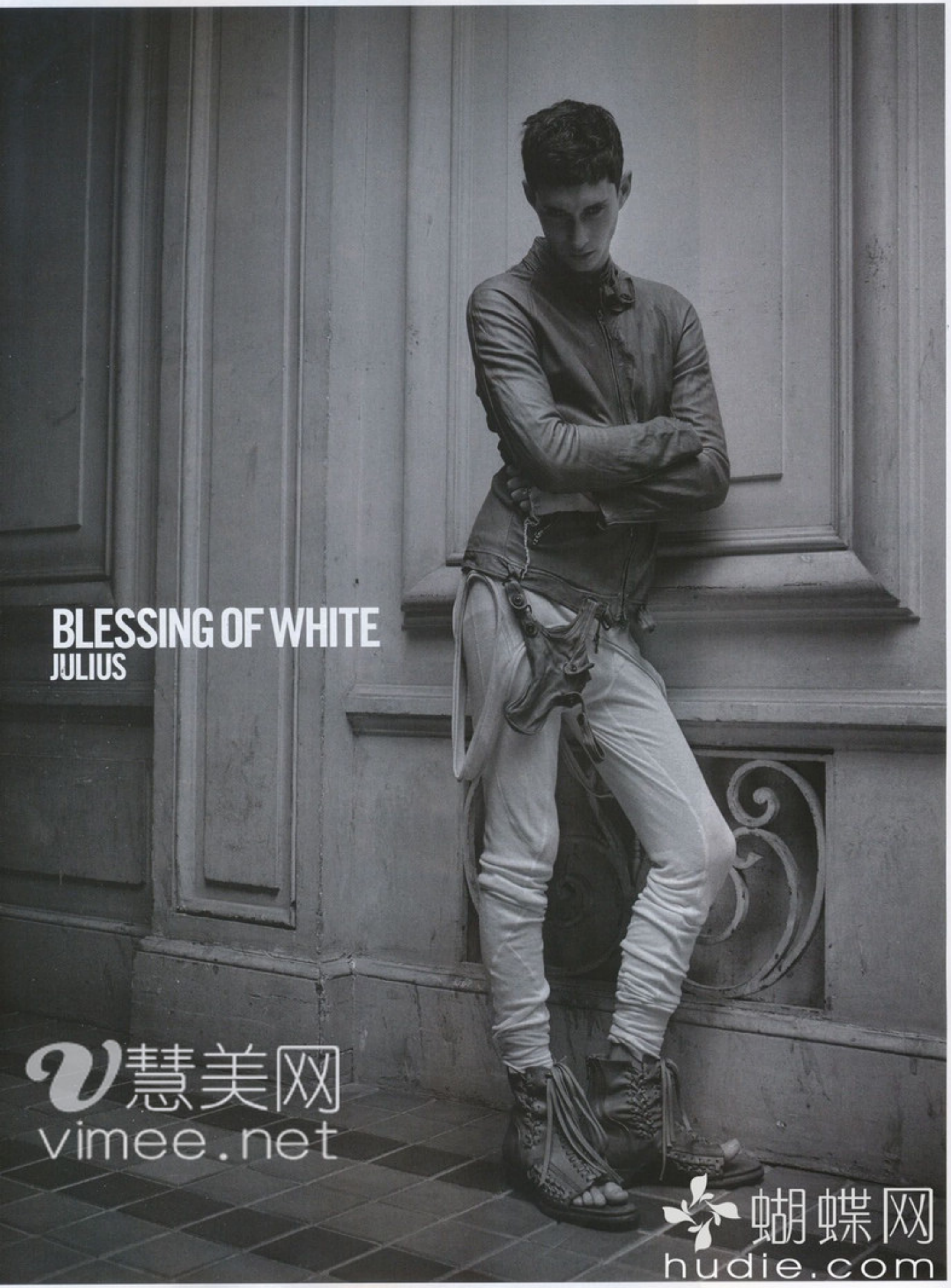
アンダーカバー スペシャルブック2010。

これは、アンダーカバーと、それを率いる高橋盾を知るための、マニュアルである。2010春夏メンズコレクションで、高橋盾は一人のプロダクトデザイナーの仕事に触発され、そぎ落とすことから生まれたミニマルなデザインをファッションと結びつける方法論を手にした。それは、混迷の時代を生き抜く知恵に満ちており、美しく、革新的だ。追求されたデザイン、高橋盾の言葉、アンダーカバーという運動体を支える個性的なスタッフたち、世界から送られてきた共感に満ちたメッセージを通して、クリエーションだけにとどまらない、その希有な世界に触れる。

This manual is to help understanding the extraordinary brand Under Cover and mastermind designer Jun Takahashi. Inspired by the work of one specific product designer, in the 2010 spring/summer season Takahashi found a method of applying the clean order that surfaces when eliminating superfluous elements to fashion. His formula is revolutionarily beautiful, and informed by the wisdom of surviving chaotic times. Experience theuniverse of Under Cover that begins but doesn't end with dressmaking, through the brand's pursued design, Jun Takahashi's own statements, the invaluable staff members that have been navigating the Under Cover vehicle, and messages of sympathy sent from all corners of the globe.

右は、'10春夏の一部のアイテムにプリントされた水面の写真。




BLESSING OF WHITE
JULIUS



ユリウス。白の祝福。

これまでの黒の印象を一変させる、白を中心としたクリエーションを発表した、ユリウスの2010春夏コレクション。新たなステージへのステップを予感させるカラーリングと、レイアードを多用したアルカイックなスタイルを、コレクションの行なわれたパリの街を舞台に展開する。

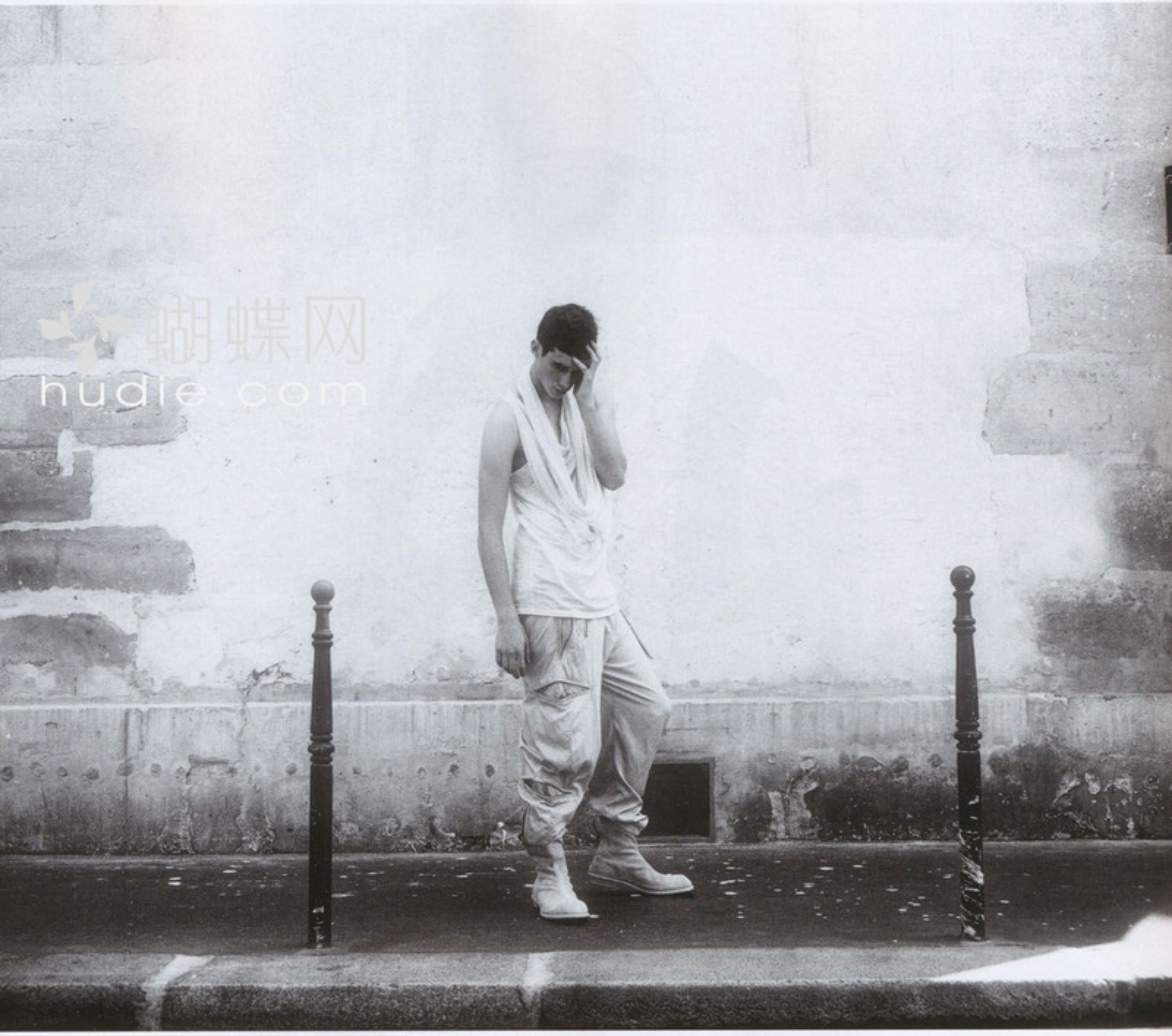
タカマユミ=写真
photographs : Taka Mayumi (Sept)
makeup : Fusako Okuno (Artist)
hair : Mitha Karim
model : Mathias

右 ガンホルダーつきのラムスキンのライダースジャケット¥176,400、コットンシルクのサスペンドニット¥45,150、レーヨンシルクのインナーパンツ¥18,900、カウスキンのサンダル¥71,400
左 ゴートスキンのジップアップブルゾン¥162,750、コットンジャージーのカットソー¥23,100、レーヨンツイルのシャーリングスカート¥46,200、カウスキンのサンダル¥71,400
製品 すべてユリウス





右 カウスキンのジップベスト¥120,750、レイアードのコットンシルクタンクトップ¥16,800、レーヨンシルクのサルエルパンツ¥25,200
左 カウスキンのロングベスト¥120,750、ドレープが施されたカットソー、パンツ、フードキャップ 3点とも参考商品
製品 すべてユリウス



右 ネックにフーブパーツがついたコットンタンクトップ¥18,900、コットンツイルのカーゴパンツ¥42,000、カウスキンのエンジニアブーツ¥71,400
左 カウスキンのレザーベスト¥120,750、Tシャツ 参考商品、コットンシルクのシャーリングスカート¥37,800、ゴートスキンのネットサンダル¥44,100
製品 すべてユリウス
●108～113ページの製品に関するお問合せは、ユリウス、tel.03-5728-4900へ。





OMME DES GARÇONS HOMME PLUS

2010春夏メンズコレクション。

トランスペアレントなジャケット、流麗なシルクのコート、ロールアップしたパンツ、白一色のコーディネート。'10春夏メンズコレクションは、風をはらんだように、ライトでエレガントなクリエーションが主流となった。余分なものを足さず、素材やディテールを探求し、シンプルなデザインの中に普遍的に存在する美しさを追求する。そんなストイックな姿勢を見せるメゾンが多いシーズンでもあった。

上仲正寿、宮澤 守(パリ)、
堀本洋一(ミラノ)、
アレッサンドロ・ヴィエロ、
近藤 桂(ニューヨーク)＝写真
photographs: Masatoshi Uenaka, Mamoru Miyazawa(Paris), Yoichi Horimoto(Milan), Alessandro Viero, Kei Kondo(New York)

水戸真理子(パリ)、
森 光世(ニューヨーク)＝文
text: Mariko Mito(B.P.B. Paris), Teruyo Mori(New York)

BRIGHTNESS & LIGHTNESS

PARIS MILAN NEW YORK 2010 S/S MEN'S COLLECTIONS



数シーズン続く、テーラードの新提案は、今シーズンも健在。コム デ ギャルソン・オム プリュスは、過去のアーカイブのテキスタイルやタイ生地を用い、ビビッドなアレンジを見せた。

COMME DES GARÇONS HOMME PLUS

REI KAWAKUBO

コム デ ギャルソン・オム プリュス
川久保 玲

過去の作品を解体し、パーツをランダムにアップリケしたカラフルなコレクション。切り取った前立て、ヨーク、ポケット、ネクタイなどをジャケットの身頃に縫いつけるなど、さまざまな柄や異素材の組合せで、寄集めのおもしろさを表現している。ボトムはゆったりしたサルエルパンツやスカートとクロップトパンツのコーディネートも見られる。折り返した裾にギンガムチェックの裏地が使われているなど、ディテールにも遊び心をのぞかせている。





















LANVIN

LUCAS OSSENDRIJVER

ランバン
ルカ・オッセンドライバー

シルクをメーンにエレガンスとリラックス感が交差したルカらしいクリエーションは、健在。ノースリーブのテーラードジャケット、ネクタイ地を使用したパンツ、タータンチェックをプリントしたタンクトップ、スパングル刺繍を施したカットソーなど、レンジの広いテーストのアイテムが並ぶ。モデルたちのメークは、ひげをつけ、少年から大人への過渡期を表現。サンバイザー、アウトドア用のコードを編んだサンダル、ブランド名をモチーフにしたネックレスなど、遊び心を随所に配したアクセサリーも目を引いた。











軽快なマテリアルを使ったエアリーなコートは、今回のビッグトレンドの一つ。中でも、エレガントなシルク素材を多用したランバンのコートは、ノーブルな男性像を際立たせる。



PRADA
MIUCCIA PRADA

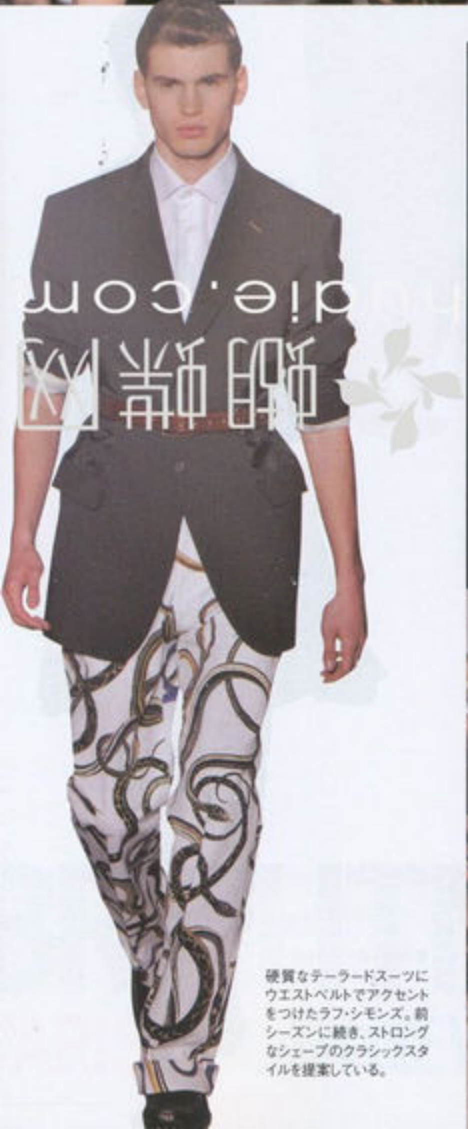
プラダ
ミウッチャ・プラダ

古い映画のモノクローム映像からインスピレーションを受け、グレートーンで統一したコレクションを発表。メーンディテールのメッシュが、コート、カーディガン、パンツや帽子などさまざまなアイテムに多用され、トランスペアレントなデザインで、シャープなグレーのグラデーションを描く。Vゾーンの深さやヘムの長さの違いで表現したレイアードも、春夏の新鮮なスタイリング提案といえる。ハンドペイント調のヘリンボーンや幾何学柄など、モノクロのグラフィックアイテムは、コーディネートのスパイスに。





プラダはニットベストに、メッシュのタンクトップとプリントのノースリーブシャツを合わせ、シアー感のあるセンシティブなレイアードスタイルを創出していた。



硬質なテーラードスーツにウエストベルトでアクセントをつけたラフ・シモンズ。前シーズンに続き、ストロングなシェープのクラシックスタイルを提案している。

RAF SIMONS

ラフ・シモンズ

スーツやコートなどのベーシックなメンズアイテムにひねりを加え、新しいシルエットに変化させている。袖がインナーのTシャツと一体化したジャケット、ベルトでウエストを締めたスーツやトレンチなど、クラシックとモダニティが交錯する。幅広の肩とシェープしたウエストも今シーズンの特徴で、バックルがへびの頭の形になったベルト、へびプリントのオーガンディTシャツやパンツなど、独創性に富んだアイテムが目を引いた。









JIL SANDER

RAF SIMONS

ジル・サンダー
ラフ・シモンズ

洋画家、藤田嗣治の作品にインスパイアされたコレクション。藤田の絵画の特徴の一つである乳白色をメーンカラーに、画家本人を想起させるマッシュルームヘアのモデル、作品をプリントしたタンクトップやシャツなど、藤田へのオマージュを随所に配している。トランスペアレントなポロシャツやステンカラーコート、エアリーなラウンドシェープのジャケットなど、ノーブルで軽やかな素材とディテールを追求し、ピュアで浮遊感のある革新的なテーラードスタイルを打ち出した。



白一色で統一したコーディネートが多くのメゾンで登場した。透明感ある素材を用い、さまざまな白の表現をしたジル・サンダーでは、ひと際クリーンなスタイルが登場。








トラディショナルなパターンをモダンにアレンジ。ジバンシィ バイ リカルド ティッシでは、タータンチェックの柄に合わせスタッズを施すという、エッジの効いた手法が際立っていた。

GIVENCHY BY RICCARDO TISCI

RICCARDO TISCI

ジバンシィ バイ リカルド ティッシ
リカルド・ティッシ

モロッコやアルジェリアなど北アフリカのカルチャーをベースに、ロックやトラッドの要素をプラスし、ミクスチャーワールドを展開した。白一色のタキシード、メッシュチェーンをプリントしたシャツ、グラフィカルな切替えのサルエルパンツなど、フォーマルとストリートが交錯したデザインが並ぶ。中でも目を引いたのは、さまざまな形のゴールドスタッズを配したシャツやパンツ。スタッズが、タータンチェックのシャツやグラディエーターサンダルに施され、インパクトのある世界観をつくり上げた。











GUCCI
FRIDA GIANNINI

グッチ
フリーダ・ジャンニーニ

ブラジル人建築家、オスカー・ニーマイヤーの白の建築をイメージソースにコレクションを発表。ワックスコットンやラテックス、レザーなどのマテリアルをコラージュしたブルゾン、袖口やヘムにキリムの柄があしらわれたテーラードジャケット、ジオメトリック柄のシャツなど、ハンドワークやグラフィックを盛り込みつつ、素材感やシェープでライトに仕上げている。ラバーのように表面加工を施したクロコダイルやオストリッチのボストンバッグ、グログランのバックル つきのスニーカーなど、ラグジュリーなマテリアルを新鮮に見せるテクニックも光っていた。





スポーティなバイカーブルゾンを、今シーズンらしいホワイトトーンで表現したグッチ。アクティブなスポーツアイテムをクリーンに仕上げ、エレガントな印象に昇華している。







LOUIS VUITTON
MARC JACOBS

ルイ・ヴィトン
マーク・ジェイコブス

「ジェントルマン バタフライ」と題されたルイ・ヴィトンは、ニューヨークの街を颯爽と走り回るバイクメッセンジャーからインスパイア。斜めがけのバッグやショートパンツの軽快なスタイルが続いた。クラシックなスーツの上にもフード つきのボレロを重ねるなど、シックな装いもスポーティなアイテムをプラスし、ストリート風にアレンジしている。全体的にカーキやベージュの落ち着いた色合いだが、ビビッドな黄色やオレンジが差し色に。

© Louis Vuitton / Youssef Boudlal







DIOR HOMME
KRIS VAN ASSCHE

ディオール オム
クリス・ヴァン・アッシュ

シースルーの軽やかなマテリアルをふんだんに使い、ストリート感覚を取り入れたディオール オム。タンクトップやスニーカーなど、カジュアルな要素も加味しているが、メゾンのエレガンスは常にキープされている。エッジの効いたカッティングで仕上げたノースリーブのジャケット、比翼仕立てのシャツ、Vネックのチュニックなど、一点一点はすっきりとしたデザインだが、絶妙なバランスの重ね着テクニックを見せる。







HERMÈS

VÉRONIQUE NICHANIAN

エルメス
ヴェロニク・ニシャニアン

土が敷きつめられた会場で、アーバンとリゾートのコンビネーションを見せた今回は、ベージュ、茶、トープ、グレーのダークな色の中、鮮やかな黄緑がひと際目を引く。ざっくり編まれたオーバーサイズのセーターやスカーフプリントのショートパンツ、素足に履いたモカシンやサンダルなど、ノンシャランな男性像である。柔らかな革のコートやブルゾンはエルメスならではの上品さをたたえる。首に巻かれたスカーフがアクセントに。

YVES SAINT LAURENT

STEFANO PILATI

イヴ・サンローラン
ステファノ・ピラーティ

'40年代のエレガンスや'80年代のアバンギャルドなシルエットからインスパイア。ピラーティのマテリアルへのこだわりを感じさせる作品は、極薄いスエードを使用したブルゾン、グラデーションになったストライプのシャツ、引っかき傷をつけたダメージ加工のパンツなど。上質の素材をふんだんに使い、ロングカーディガンやドレープのチュニックなど、リラックス感のある中性的なシルエットが増えた。









チェックとストライプのアイテムをミックスし、インパクトあるスタイルを提案したモンクレール ガム・ブルー。多様なパターンオンパターンのコーディネートもトレンドの一つ。

MONCLER GAMME BLEU

THOM BROWNE

モンクレール ガム・ブルー
トム・ブラウン

クリエーティブディレクターにトム・ブラウンを迎え、2シーズン目となるモンクレール ガム・ブルー。古い屋内プールの舞台に、タオル地のケープをまとったモデルたちが登場し、次々にプールに飛び込むというウィットに富んだ演出でショーはスタート。ベースとなるのは、セイリングやテニス、スイミングなどのサマースポーツスタイル。ビニール素材のブルゾンとパンツ、フラッグのモチーフを刺繍したレインコート、リップトップナイロンのブルゾンなど、ユニークさとトラッドがクロスオーバーするトムらしいクリエーションがさえていた。











THOM BROWNE.

トム ブラウン

ニューヨーク・トライベッカの自身のショップでショーを行なった今回。「イエロー・サブマリン」などのビートルズの名曲が流れたコレクションは、小規模ながら作品をしっかり見せることに徹底していた。テーマは「海とスポーツウェア」で、シルエットがロング＆ワイドに大きく変化。腰が隠れるほど長いジャケットや丈が短いワイドパンツ。フレンチカフをパンツの裾に応用したり、漂流して傷んだような風合いにしたグレンチェックのスーツなど、ブラウンらしい創意工夫で男っぽさが強調された。

© Dan Lecca





ダース・ヴェイダー登場!ともいわれたルック。サングラスつきの帽子に、丈の長いジャケットとドットプリントのパンツ。スポーティなパーカを合わせたブラウン流のレイアードスタイルが注目された。



PAUL SMITH

ポール・スミス

雲のプリントをバックにしたランウェーで、アイデンティティであるテーラードをベースに、クリーンなカラーアイテムとスポーツテーストをミックス。モダンなクリエーションを披露した。雲のプリントシャツや蛍光色のスーツなど、グラフィカルなデザインも目を引いた。フィナーレは、パリコレ期間中に急逝したマイケル・ジャクソンの「スリラー」が流れ、モデルとデザイナーが踊りながらランウェーを闊歩する、ポールらしい追悼も。



BOTTEGA VENETA

TOMAS MAIER

ボッテガ・ヴェネタ
トーマス・マイヤー

「色のつかい方でシルエットをくずし、エネルギッシュで、元気が出るファッションを生み出した」とトーマス・マイヤーが語るとおり、ビビッドなカラーとルードなスタイリングを織り交ぜ、新鮮な男性像を生み出した。スリムシルエットのパンツをロールアップし、足もとはラウンドトーのシューズを合わせリラックスしたボトムに、ナポリ仕立てのジャケットやナッパレザーのブルゾンなど、クラシックなアイテムとのコントラストが際立っていた。





DOLCE & GABBANA

DOMENICO DOLCE, STEFANO GABBANA

ドルチェ & ガッバーナ
ドメニコ・ドルチェ、
ステファノ・ガッバーナ

ブランドの矜持であるハンドワークを駆使し、クリスタルやスパングル、メタルビーズなどを刺繍したゴージャスなタキシードがメーン。グラマラスなシェープを描いたジャケットと、ロールアップしたパンツのコントラストも際立っている。メッシュタイツをレイアードしたデストロイジーンズ、クロコダイルのミニクラッチバッグなど、贅沢でエキセントリックなアイテムも目立ち、インパクトあるコレクションに仕上がっていた。




GIORGIO ARMANI

ジョルジオ アルマーニ

テーラードスーツに、ウォッシュトコットンやリネン、デニムを用い、カジュアル感をプラスしたイタリアンクラシコスタイルを提案。ダメージ加工を施したレザージャケット、ジオメトリック柄のシャツやニットなど、テクニックやグラフィカルな要素を加え、トラディショナルなスーツにスパイスを効かせる。パイソンのスニーカーやソフトなタンドレザーのアンクルブーツなど、ハイクオリティなアクセサリーもデザインバリエーションに富む。







ドリス ヴァン ノッテンは、ダブルブレストのジャケットに、スプリングコートを重ね、足もとにはサンダルを合わせたリラックス感あふれるスーツスタイルが印象的だった。

DRIES VAN NOTEN

ドリス ヴァン ノッテン

イカット、ポルカドット、マイクロチェックや和柄など、多種多様なプリントを用いたドリス ヴァン ノッテンらしい、パターンオンパターンのコーディネートがメーン。ひもベルトのついたトレンチコートやジャケット、ビスコースのブルゾン、クロップトパンツ。「東京とカルカッタの出合い」をテーマに展開したクリエーションは、和装の影響を色濃く反映している。ハンドプリントのポケットチーフや組みひものベルト、パテントレザーのスリッポンなど、アクセントとなる小物も、温かみのあるディテール。















BURBERRY PRORSUM

CHRISTOPHER BAILEY

バーバリー プローサム
クリストファー・ベイリー

雨が降っているイギリスの郊外の街、雨が上がり晴れ渡った街という二つのイメージでコレクションをつくり上げたクリストファー・ベイリー。オイルコーティングが施されたコットンのトレンチコート、スポーティなフォルムのナイロンコートなど、前半は撥水性と機能性を重視したコートが並ぶ。後半には、クリーンなペールトーンのニットやジャケットが登場し、コンセプトの二つのシチュエーションを想起するストーリー性あるショー。大ぶりのレザーボストンやリュックなどラゲージが充実しているのも、今シーズンの特徴。



ビビッドなカラーアイテムが多いのも、春夏の特徴。バーバリー プローサムは、アウトドア素材を使用した変形トレンチコートが、インパクトのあるカラーで登場。



















NEIL BARRETT

ニール・バレット

「ARTISAN BONDING」というテーマのとおり、テーラードジャケットやシャツの身頃にレザーを重ね"バキュームラッピング"という手法でシームレスに張り合わせたアイテムが登場し注目を集めた。エスニックな柄のシャツにロングレングスのTシャツを合わせたカジュアルなレイアードも特徴。コレクション全体をタイトでややルースなシルエットにまとめた。かかとを踏んで履いたスリッポンやサンダルも印象的。





RICK OWENS

リック オウエンス

'70年代にポルノスター、フィルムメーカー、フォトグラファーなど多彩な活動で名を馳せた、ピーター・ベルリンの自画像にインスパイアを受けたコレクション。デニムとレザーを組み合わせたベストやロングジャケット、モダンアートのような切替えのジャンプスーツ、シアー感のある極薄のカットソーなど、アーティスティックなディテールがちりばめられている。足もとは、フューチャリスティックなフォルムのブーツをコーディネート。







Z ZEGNA

ALESSANDRO SARTORI

ジー ゼニア
アレッサンドロ・サルトリ

今回は、ニューヨークからミラノに発表の場を移して開催した。テーマは「ストリートダンディ」。メゾン独自の美しいテーラリング技術を駆使し、オリジナリティあふれるダブルレイアードのテーラードジャケットや、ミニマルなデザインのトレンチコートが登場。ボトムには、シンプルなナローフィットのものを合わせることで、美しいプロポーションをつくり出していた。バイカラーのブーツやシルクハットもコーディネートのアクセントに。









KENZO

ANTONIO MARRAS

ケンゾー
アントニオ・マラス

アントニオ・マラスによる2回目のメンズコレクション。フランスの探検家ピエール・ブラザからインスパイアされ、洗いざらしのスーツやサファリルックに身を包み、テンガロンハットやレインハットをかぶったモデルが登場。ベージュやグレーを基調としたコットン、リネン、シルク、レザーなどの天然素材でまとめられている。フィナーレには天井からつるされたガラス瓶から砂がこぼれ落ち、砂漠をイメージさせる演出で会場はわいた。



RICHARD CHAI MEN

RICHARD CHAI

リチャード チャイ・メン
リチャード・チャイ

今シーズンは、メンズからインスパイアされたレディスのブリッジライン、LOVEを発表するなど、チャイのグランジっぽいストリート感覚あふれるスタイルが注目されている。コレクションは、やや長めのトップにルースなボトムのプロポーションが中心。タック入りのワイドレッグからカフつきのテーラードなども登場。バリエーションのあるショートパンツと、タイトなジャケットやカーディガンなどを合わせたコーディネートが新鮮。







TRUSSARDI 1911

MILAN VUKMIROVIC

トラサルディ1911
ミラン・ヴクミロヴィッチ

ヒッピーテーストを感じさせる個性的なクリエーションを展開した、ヴクミロヴィッチ。ブラシでカラフルなペイントを施したジーンズや、手作業でスタッズをつけたジージャンなどは、'70年代前半のフォークアートにインスパイアされたもの。ノンシャランな雰囲気の中にも、オーセンティックなダブルブレストのブレザーにショーツとボータイを合わせたクラシックなスタイルも登場した。





COMME DES GARÇONS JUNYA WATANABE MAN

JUNYA WATANABE

コム デ ギャルソン・ジュンヤ ワタナベ マン
渡辺淳弥

テーマは「スノビッシュマン」。テーラリングとアウトドアのミックスで、ダンディなスタイルをカジュアルにドレスダウンさせている。ギンガムチェックのスーツやフードがついたテーラード、首にスカーフを巻いた英国紳士風シルエットにはパーカや裾をロールアップしたジーンズを合わせている。パナマハットやハンチング帽、素足に履いたウィングチップも印象的。フィナーレは全員白いシャツとショートパンツで登場。





夏の定番、リゾートスタイルも今シーズンはコットンやリネンのテーラードジャケットに、ややワイドなパンツやショーツをコーディネートした軽快なスタイル。





ROBERT GELLER

ロバート ゲラー

'50年代のドイツがインスピレーション。ネービー、グレー、プラムなどモダンでクリーンな印象の色づかい。薄手のカシミア、シルクのほか、テクノ素材使いも特徴。マントをアノラック風にしてア[illegible]ィブスポーツの感覚を取り入[illegible]ルックは象徴的。従来のゴ[illegible]的なイメージが強かった[illegible]に、ゲ[illegible]活動的ですがすがし[illegible]えた意欲的なコレクションで、[illegible]素材、絶妙なレイアードスタイ[illegible]が好評を得た。



MIHARA YASUHIRO

ミハラヤスヒロ
三原康裕

作家、アントワーヌ・ド・サンテグジュペリの小説『星の王子さま』からインスパイアされたコレクション。ミリタリーやワーク、ベドウィンなどから着想を得たアイテムは、ユーズド加工を施した素材を多用し、オーバーサイズでリラックスした雰囲気に。アクセサリーデザイナー、フッサム・エル・オデやTASAKIとコラボレーションしたアクセサリーも登場。ホワイトパールをあしらったクラウンをかぶったモデルがフィナーレを飾った。













ETRO
KEAN ETRO

エトロ
キーン・エトロ

テーマは、「バック・トゥ・ザ・フューチャー」。ペーズリーやストライプ、万華鏡をイメージしたようなプリントを用い、ビビッドなカラーリングやインパクトのあるパターン使いが今シーズンの特徴。洗いざらしのリネンを用いたスーツやテーラードジャケットは、軽快に仕上がっている。アクセサリーには、リネンのストールや植物繊維のストローハットを合わせ、モダンなテーストの洋服にアクセントを与える。











JULIUS
TATSURO HORIKAWA

ユリウス
堀川達郎

ユリウスのアイデンティティカラー、黒。その印象を一変させる、白のクリエーションで、新たな世界観を打ち出した。テーマは、「光に祝福された民族」。ドレープやレイアードで、アシメトリーなカットソー、アイコンであるウォッシュトレザーのベストやブルゾン、ライトな質感のインナーパンツ。インディビジュアリティに富んだアイテムの組合せで、さまざまな文化の交錯を感じさせる、ミクスチャースタイルをつくり上げた。

VERSACE
DONATELLA VERSACE

ヴェルサーチ
ドナテッラ・ヴェルサーチ

ミリタリーの要素を取り入れたコレクションを展開。ほどよくシェープされたレザーのフライトジャケットやエポレットがついたノースリーブシャツ。独特なパターンを駆使したトラウザーズは、ややワイドでゆったりとしたフォルムを描く。一見、ハードな印象のアイテムも、砂丘をイメージしたようなサンドベージュや淡いグレーを中心にまとめられ、ライトでエレガントな印象に仕上がっている。シルバーアクセサリーやサングラスがスタイリングのアクセントに。











EMPORIO ARMANI
GIORGIO ARMANI

エンポリオ アルマーニ
ジョルジオ・アルマーニ

コスモポリタンをファッションとして表現した今回。テーマは「シティ・コネクション」。淡いグレーのダブルブレストのジャケットのインナーには、シルクのように滑らかでソフトなジャージーのTシャツをコーディネート。足もとにはデッキシューズ。モダンなグラフィックがプリントされたしわ加工のジャケットには、ショートパンツを合わせた。一見リラックスしたアーバンなカジュアルスタイルの中にも独特な洗練された雰囲気が漂う。







MICHAEL BASTIAN

マイケル・バスティアン

アメリカの男性たちの間で"着たい"ブランドとして注目されているマイケル・バスティアン。初めてのランウェーショーは、これまでの大人のプレッピールックに、熱いラテンの雰囲気をプラスし、ニューヨーク・メンズの中で最もセクシーなコレクションを発表したとも評された。特にシャープなテーラリングのテーラードジャケットに人気が集まった。かもめを刺繍したショーツやスウェット素材を使ったアイテムなどプレッピーにひねりをきかせていた。










MASATOMO

RYNSHU

マサトモ
橋本倫周

ホテル・サンジェームスの中庭で行なわれたショー。水面を思わせる涼しげなプリントのジャケットからスタートしたコレクションは、プリーツ加工したストライプのスーツやアブストラクト模様のスーツなど、凝ったマテリアルのテーラリングを見せる。ボーダーのセットアップ、ライダーズ、ジョギングパンツなど、カジュアルなアイテムもミックスされ、後半にはブラジルやフランスの国旗をモチーフにしたカラフルなパンツが登場。




ANN DEMEULEMEESTER

アンドゥムルメステール

装飾が少なくなり、ミニマルなイメージが強くなった今シーズン。色もブラック、ホワイト、スキンカラーのみで統一され、シンプルなジャケットを素肌に直接はおり、短めのパンツとレザーのカマーベルトを合わせたシルエットなど、コンテンポラリーな雰囲気が漂う。ガウン風サテンのコートやフードをかぶり、パンツの裾をブーツに入れたスタイルはボクサー風でもある。有刺鉄線のネックレスや羽根をかたどったペンダントが目を引いた。









PATRIK ERVELL

パトリック・アーヴェル

定番となったハドソン川が見渡せるショー会場は、午後の日ざしが降り注ぐデイライトのスタジオ。明るくも静謐でクリーンな雰囲気は、サナトリウムのようで、ブランドのイメージにぴったり。作業着からアイディアを得たジャケットやシグネチャーのウィンドブレーカーは健在。色はパウダーブルーやベージュなど淡い色彩が中心。鉄や銅など金属のさびをプリントに使い、従来のミニマルなデザインに変化をつけた。






CALVIN KLEIN COLLECTION

ITALO ZUCHELLI

カルバン・クライン コレクション
イタロ・ズッケーリ

今シーズンは、スポーツウェアの要素を取り入れ、軽量で透明感のあるファブリック使いが注目された。メッシュ素材のタックが入ったショーツには、透けるほど薄いナイロンのサマーコートを合わせ、紙のように薄いパンチングレザーを使用したベストやポロシャツ、ブレザーも登場。やさしいニュアンスの中間色のルックが多数登場する中、鮮やかなブルーのスーツやオレンジのポロシャツが全体にアクセントを与えていた。




蝴蝶网
hudie.com
COMME DES GARÇONS SHIRT
ERMANNO SCERVINO
DAMIR DOMA
D&G
COMME DES GARÇONS SHIRT
ERMANNO SCERVINO
DAMIR DOMA
D&G
GIULIANO FUJIWARA
GIULIANO FUJIWARA
MASATAKA MATSUMURA
GIULIANO FUJIWARA
RAG & BONE
RAG & BONE
RAG & BONE
慧美网
vimee.net
JOHN GALLIANO HOMME
JOHN GALLIANO HOMME
JOHN GALLIANO
JOHN GALLIANO HOMME
JOHN GALLIANO


Y-3
YOHJI YAMAMOTO


ERMENEGILDO ZEGNA


GAULTIER^{2}
JEAN PAUL GAULTIER


DSQUARED^{2}
DEAN CATEN, DAN CATEN


Y-3
YOHJI YAMAMOTO


ERMENEGILDO ZEGNA


GAULTIER^{2}
JEAN PAUL GAULTIER



DSQUARED^{2}
DEAN CATEN, DAN CATEN


DSQUARED^{2}
DEAN CATEN, DAN CATEN


TOMMY HILFIGER


TOMMY HILFIGER


TOMMY HILFIGER


DUNHILL
KIM JONES


DUNHILL
KIM JONES


DUNHILL
KIM JONES


SALVATORE FERRAGAMO
MASSIMILIANO GIORNETTI


SALVATORE FERRAGAMO
MASSIMILIANO GIORNETTI


SALVATORE FERRAGAMO
MASSIMILIANO GIORNETTI


KRIS VAN ASSCHE


KRIS VAN ASSCHE


KRIS VAN ASSCHE


HUGO
HUGO
BRUNO PIETERS
HUGO
BRUNO PIETERS
GIANFRANCO FERRÉ
GIANFRANCO FERRÉ
TOMMASO AQUILANO / ROBERTO RIMONDI
GIANFRANCO FERRÉ
TIM HAMILTON
TIM HAMILTON
TIM HAMILTON
ISSEY MIYAKE
DAI FUJIWARA
ISSEY MIYAKE
DAI FUJIWARA
ISSEY MIYAKE
DAI FUJIWARA
MARC BY MARC JACOBS
MARC JACOBS
BLAAK HOMME
LACOSTE
CHRISTOPHE LEMAIRE
ROBERTO CAVALLI
MARC BY MARC JACOBS
MARC JACOBS
MARC BY MARC JACOBS
MARC JACOBS
BLAAK HOMME
LACOSTE
CHRISTOPHE LEMAIRE
ROBERTO CAVALLI



MARC JACOBS

カリスマ的なミュージシャンがイメージソース。

ミラノでコレクションを発表したマーク ジェイコブス。セックス・ピストルズのベーシスト、シド・ヴィシャスのスタイル、'70年代から'80年代のパンクやグランジ、'80年代のニューヨークのクラブシーンなど、過激かつカリスマ性のある当時のミュージシャンたちをイメージソースに展開した。ライダーズをアレンジしたコート、フレアシルエットのハーフパンツなど、上品な中にエッジを効かせたアイテムが、マークらしい。キスマークのプリントシャツは、グラフィックデザインのデュオ、M/M Parisとのコラボレーション。



MAISON MARTIN MARGIELA

メゾンのカラーである白をメーンにしたコレクション。

会場に設置された白い壁とステージにずらりとラインナップしたモデルたち。スポットライトをあてられたモデルを観客が見て回る演出だ。シンプルなツータックパンツのスーツやトレンチコートなど、白一色のミニマルなシルエットに続き、カラフルなフラワーモチーフのアイテムが豊富に紹介された。花のクロスステッチ刺繍を施したアビエータージャケット、チェーンで花模様をデコレーションしたレザーベストなど、細部にクラフトハンドのぬくもりを感じさせる作品が並んだ。



3.1 PHILLIP LIM

フィリップ リム、初のメンズプレゼンテーションを開催。

'07年にメンズを発表して以来、初の単独のプレゼンテーションを行なった。メンズは「革命ではなく進化すること」と言うリムの今シーズンは、メンズファッションの既成概念を取り払うべく、自由で個人主義的な新時代のネオビートニクのムードをクリエート。柔らかなレザーで仕立てたベーシックなTシャツにドレッシーでリラックスした雰囲気のショーツ、ダブルブレストのジャケットをシャツのようにアレンジしたトップ、ルースなニットにはロールアップしたテーパードなパンツなど。モダンで新しいメンズの世界を提案。



BALENCIAGA

テーラードとスポーツウェアのクロスオーバー。

1940年代後半のクリストバル・バレンシアガのイメージにスポーツウェアを落とし込み、'80年代の日本カルチャーのエッセンスをミックス。テーラードと極細デニムのコンビやスレンダーなスーツのインナーにはカシュクールのシャツを合わせるなど、コンテンポラリーな雰囲気にまとまっている。衿をはずすとスタンドカラーになるツートーンのシャツ、ウエストベルトがついたはかまのようなサルエルパンツ、プラストロン(胸あて)つきのシャツもキーアイテムだ。

P.162(report)← English text

タフな時代のパワフルなコレクション。

水戸真理子＝文
text: Mariko Mito (B.P.B. Paris)

6月24日からスタートしたパリ・メンズコレクションでは、約50メゾンがショーを行なった。今回は景気回復の兆しがまだ見えず、これといった明るいニュースもないまま、前評判では大きな期待が持てないファッションウィークといった雰囲気だった。しかし、実際にはこういう困難な時代だからこそ、デザイナーたちの力量が試されることになり、結果的には、守りにまわってじっと回復を待つだけがパリのメゾンでないことを痛感させるパワフルなシーズンとなった。

ランバンは、比翼仕立てで袖がないミニマルなスーツが注目を集め、コートやシャツの袖口をロールアップするなど、エレガントでありながらラフな着こなしが光っていた。サンバイザーをかぶり口ひげを少し生やしたモデルが登場し、ルースに締めたネクタイとLANVINのロゴネックレスがワイシャツの衿もとを飾るなど、遊び心をのぞかせた男性像だ。ラフ・シモンズは、テーラリングをベースにスーツの進化形を提案。一見ビジネスライクなスーツは、ジャケットの袖とインナーのTシャツが一体化し、ウエストをベルトで締めたスタイルが特徴的。へびプリントのオーガンディシャツやへび形のバックルがアクセントとなり、コンテンポラリーな雰囲気にあふれる。ニューヨークのメッセンジャーからインスパイアされたルイ・ヴィトンはスポーツとダンディズムをミックス。テーラードの上にフードつきベストを重ねたり、ショートパンツを合わせたシルエットが目立つ。モノトーンでまとめられたディオール オムは、ストリートのコードを細部に使いながらもドレッシーな仕上り。透け感のあるマテリアルとジレを多用したレイアードスタイルが新しい。ドリス ヴァン ノッテンは、エスニックなイカット柄とチェックの異質なコーディネートで、モダンなハーモニーを生んだ。ダブルブレストのジャケットもクロップトパンツと素足でノンシャランなムードだ。コム デ ギャルソン・オム プリュスは過去のコレクションの服から切り取ったパーツをアップリケしたユニークなシルエット。カラフルな色や柄をランダムにコラージュし、寄せ集めのおもしろさを表現した。

フランスではスーツの売上げが低迷する中、昨年は対ではないジャケットとパンツの購買が増え、ジャケットは前年比10パーセントの伸びを記録した。だが、秋冬ではあえて多彩なスーツを発表するメゾンも多く、それぞれの特色が表われたテーラリングが新鮮だった。春夏も引き続きスーツは注目アイテムとなっていて、特にノースリーブ型やジャージーで仕立てたものなど、形や素材にアレンジを加え、着やすくしたものが多い。軽さやリラックス感もキーワードで、ショートパンツ、レギンス、サルエルパンツ、シースルー素材など、中性的なイメージやリゾート用としてとらえられていたものが日常着に豊富に取り入れられ、メンズアイテムの広がりが顕著に表われたシーズンとなった。




ALEXANDER McQUEEN
アーティストの苦悩を描いたコレクション。
今シーズンは、プレゼンテーションでの発表となったアレキサンダー・マックイーン
ンキをまき散らした部屋のセットの中、同様にアクションペイントのプリントを施した
ケットやシャツ、帽子、シューズが並び、アーティスティックなクリエーションが光っ
写真家デヴィッド・シムズと共作した、ショートフィルムも上映された。




YOHJI YAMAMOTO
ノスタルジックなテーラードスタイル。
ショーを休止し、プレゼンテーション形式で作品を発表したヨウジヤマモト。'80年
のスクエアなショルダーとビッグシルエットのテーラードジャケットがメーン。ウォッ
のデニム、藍染め、メッシュニットなど、ハンドワークを駆使し、ラフな表情を出した
リアルを、エレガントなシェープに落とし込んでいる。




BALMAIN HOMME
バルマン、初のメンズライン。
デザイナー、クリストフ・ドゥカルナンが手がけるバルマン初となるメンズライン。
スではシーズンごとに進化を見せる彼のクリエーションが、メンズでもその才能
した。ウォッシュトレザーのブルゾン、ペイントが施されたカーゴパンツなど、ハード
テールを細身のシルエットで仕上げることで、モードに着地させている。




PRINGLE
プリングルが描くカジュアルな英国紳士。
コットンシルクのジレ、コットンピケのジャケット、シアサッカーやシャンブレーのイ
グシャツなど、ドレスライクなシルエットとカジュアルな素材をミックスして、独自の
ースタイルを創出した。クリーミーなベージュやグレーのモノトーンコーディネー
フトな世界観をいっそう引き立てている。

コレクションのトピックス集。

photographs : Masatoshi Uenaka, Mamoru Miyazawa (Paris), Yoichi Horimoto (Milan), Alessandro Viero (New York)
text : Mariko Mito (B.P.B. Paris), Teruyo Mori (New York)

MILAN COLLECTIONS REPORT
2009.06.19-

軽さ、アート、あいまいさを見せたコレクション。

矢島みゆき＝文
text: Miyuki Yajima





MARNI
リラックススタイルのマルニ流解釈。
アルなアイテムに、ノーブルな配色と上質な素材を用い、イージーとエレガンス
陵したスタイルを提案した。バギーシルエットのワークジャケット、ナイロンのビー
など、アウトドアテーストもプラスされている。レザーを加工し、ゴムのような質感
したローファーも、スタイリングのアクセントに。



BALLY
バリーが描くノーブルなジェントルマンスタイル。
ハンドプリントを施したレザーシューズ、スエードのフードつきトレンチコートなど、バリー独自の紳士像を打ち出した今シーズン。トラベルシリーズのトランクには、通常のラゲージから時計のコレクション用収納ケースまで、幅広く展開された。



BAND OF OUTSIDERS
カリフォルニアのビーチをイメージしたカジュアルなコレクション。
CFDA（米国ファッションデザイナーズ協会）のメンズ大賞を受賞したバンド オブ アウトサイダーズ。カリフォルニアのビーチのカジュアルなムードをシグネチャーのトラッドなスタイルで表現。大きめボタンのダブルブレストジャケットやさまざまな素材のショーツ、サスペンダー使いなどが新鮮。



ADAM KIMMEL
アダム キメルのカウボーイスタイル。
西部劇俳優のロイ・ロジャースやたばこの広告で知られるマールボロ・マンからのインスパイアで、カウボーイとランドスケープに焦点を当てたウェスタン風な作品。ロデオチャンピオンがタキシードでライディングする迫力のある映像も公開。



AGNÈS B.
ホテルのスイートで披露されたフレンチカジュアル。
パリ1区チェルリー公園向いのホテルのスイートルームを借り切ってプレゼンテーションを行なったアニエスベー。スイムウェアを着てシャワーを浴びたり、タキシード姿でカードゲームに興じるなど、モデルがコレクションを着てホテルライフを楽しむというユニークな演出が光った。



DIESEL BLACK GOLD
テーマは、産業革命。
イギリスで起こった産業革命をテーマに、ワークウェアとパンクスタイルをクロスオーバーし、コレクションを発表したディーゼル ブラック ゴールド。機械に巻き込まれないために丈を短くしたジャケットなど、当時の世界観を忠実に反映したアイテムが並ぶ。



MARITHÉ + FRANÇOIS GIRBAUD
マリテ＋フランソワ・ジルボーの展示会。
フロントにひも飾りを施し、ハードな要素を加味したミリタリージャケット、メダルやエンブレムを装飾したブルゾンなど、アーミーやマリーンの要素を随所に盛り込み、このブランドらしい、ディテールワークに凝ったカジュアルアイテムがそろった。

2010春夏のミラノ・メンズコレクションは近年になく希望を抱かせてくれるものであった。

まず、軽快な印象、軽量な素材、軽やかな色彩。装飾要素を排除した軽さではなく、感覚の複合性を誘う軽さである。素材や色彩の複合化では決してない。

プラダは、壁面に芝居や映画の脚本が記され、それらを読みながらショーを待つ間に心の中に生まれてくるさまざまな感情に対して、網というコンセプトでつくられた服の数々を披露するという趣向。着る者の心の中を透かして見せるための網の服であるかのようにも受け取れた。

そして今回目立った特徴の一つは、アートからの応用である。これまでのアートの取り入れ方が、有名な絵画からヒントを得て服に応用するというものだったとすれば、今回のアートの応用法は、アートという自由な心、とらわれない心のみが可能にしうる表現を用いようとするものである。

ジル・サンダーは洋画家の藤田嗣治に触発されて、キャンバスに見立てた服の上に具象画を描いた。ボッテガ・ヴェネタもカーディガンにペインティング効果をねらって刷毛の跡を残したり、3色の太い横縞にも、ハンドペインティング風のタッチを施している。ジュリアーノ フジワラも、まるでクレヨンを塗りつけたかのような光沢のあるジャケットを登場させている。アレキサンダー・マックイーンも白い上着のほこりをペイント風に処理したり、あるいはシャツのプリントをあえてかすれさせたり、異なるモチーフを重ねてプリントしたり、インクをこぼしたしみのように染めたりと、アートの手法とコンセプトに満ちたコレクションであった。

エトロは、このところ継続しているデジタルプリントをさらに追求して、具象と抽象柄を混合したプリントの服で、インパクトのあるクリエーションが並んだ。モスキーノもジャクソン・ポロック風の汚れを模した白いシャツを、同様の床面の会場の中で発表している。ばらの花を具象的に描いたシャツは、キャンバス上の絵画を見るかのようなロマンティシズムに満ちてもいた。

色彩はグレーに収約されていた。紫系のグレー、青系のグレー、白っぽいグレー。あいまいな色彩が目に新鮮に映る。

スタイルも明確に一つに分類しきれない。ジャケットの代りにラフなブルゾンが多用されている。クラシックではあってもフォーマルではない。ストリート風ではあっても、カジュアルウェアそのものではない。いくつもの価値観の混在するあいまいさが、今回のミラノ・メンズの特徴といえる。

NEW YORK COLLECTIONS REPORT

2009.0 ヨー

プレッピーの大衆人気と、トム ブラウンの新しい方向。

森光世 文
text: Teruyo Mori

今年2月のコレクションの後、この秋冬物の受注のキャンセルに泣いたデザイナーは少なくなく、リセッションは底を打ったとはいうものの消費者の財布はいまだ堅く閉じられたまま。デザイナー各人は、自分たちの特徴を生かしつつ、売れるもの＝消費者が欲しいと願うものをいかに新鮮な感覚でクリエートするか…そんな難題を抱えて2010年春夏コレクションを迎えた。各デザイナーは今コレクションをポジティブなムードにしようと努めていたが、トム ブラウンを除き、全般的にクリエーティブな面では消費者を意識しすぎたというか、売れるファッションと独自のクリエーションの間で迷いがあったのではないかと思われたのが今回だ。

実際、消費者に人気があるのは、プレッピールックを今風にしたJ.クルーのメンズ。ビジネススーツは'07年から放映されている1960年代前半のニューヨークの広告業界を舞台にしたドラマ「マッドメン」のルック（登場する男たちのスーツはブルックス ブラザーズ）で、J・F・ケネディやシナトラらのラットパック時代の二つボタンやダブルジャケットのスーツにスリムなネクタイ。今年6月に、ニューヨーク・タイムズ紙は、'65年に婦人画報社から出版された『Take Ivy』を取り上げ、今のアメリカのメンズファッションに絶大な影響を与えた本と位置づけたほどだ。プレッピールックをモダンに再現して人気のマイケル・バスティアンは一般の男性たちが最も着やすい新時代のメンズブランドのNo.1に挙げられているし、プレッピーとアメリカントラッドをモードに進化させたバンド オブ アウトサイダーズのデザイナー、スコット・スタンバーグは、今年のCFDAのメンズのデザイン大賞に輝いた。ハーヴァード大学までがライセンスで"ハーヴァード・ヤード（Harvard Yard）"というプレッピースタイルの服を売り出すほどだ。

こうした状況の下では、プレッピーや'60年代の要素を入れたほうがいいと思うのも無理はないが、その分、新しさや独創性に欠けるものになるのだろう。しかしこんな時だからこそ、トム ブラウンのように明快なアイデンティティのあるデザイナーは強い。プレッピーやJFK時代のファッショントレンドの火種をつくったブラウンだが、今シーズンはルースのパンツ、丈の長いジャケットなど新しいプロポーションとシルエットに挑戦し、これまで時折見られたフェミニンな要素を排除して、非常に男っぽいコレクションにまとめ上げ、プレスからもバイヤーからも絶賛された。ほかに印象に残ったのは、ルースなテーラードとアクティブウェアを巧みに組み合わせたリチャード チャイ。薄い素材のレイアードルックとマントをパーカ風にしたスポーツウェアの要素を取り入れて、ゴシック的なイメージを払拭したロバート ゲラー。金属のさびを使った柄が印象的なパトリック・アーヴェルが挙げられる。トム フォード以来のセクシーなメンズを発表したとアメリカのプレスやバイヤーから高く評価されたマイケル・バスティアンだが、果たして日本の男性たちはどう判断するか。意見が聞きたいところだ。





ENGINEERED GARMENTS

自由なスタイルが並ぶオーセンティックなコレクション。

今年、アメリカのCFDAのメンバーに、日本人として初めて選ばれたエンジニアド メンツの鈴木大器。今シーズンは特にテーマを定めず、得意とするワークやミリタ ディテールをあえて抑え、春夏らしいリネンやシャンブレーなどの素材を用い、モ リラックスしたコレクションをつくり上げた。





JAPANESE BRAND IN PARIS PRESENTATION

勢いを増す、日本の7ブランド。

コレクション期間中、パリでプレゼンテーションを行なった東京ブランドをピ プ。伊藤壮一郎が手がけるソーイ シャツと、柳川荒士のジョン ローレンス サ は、合同で展示会を開催。前者はメタルパーツを施したシャツなど、テクニカ スシャツを中心に、後者はメタリックなラペルのタキシードやフラットシューズを 尾花大輔のN.ハリウッド コンパイルは、トランペット奏者マイルス・デーヴィス マに、ガルーシャのような表情のドットプリントのスリーピースなどを発表。森下 新たに立ち上げたブランド、08 SIRCUS（サーカス）では、クリーンなペールト リエーションが並ぶ。カズユキ クマガイは、写真家モート・シナベルとのコラボ ンTシャツを展開した。中村ヒロキのビズビムは、イタリアのクラシックカーレー ンスピレーションソースにした、レーサーシューズやグローブなどが目を引く。阿部 カラーは、カシミアとポリエステルのダブルフェースのニットジャケットなどが新鮮

photographs: Masaya Takagi (kolor)



SHOES



BAG

メンズコレクションのシューズ&バッグ集。

ーディネートの、キーポイントとなるシューズとバッグ。
ーシーズンのシューズはグラディエーターサンダル、
ッグではポップなカラーリングとラージサイズのデザインが多くのメゾンで登場した。

MUSIC ON CATWALK



JOHN GALLIANO HOMME
Track : +Pantonal (Mr. Anonymous Featuring Boubacar Diabate Remix)
From : Chasm
Artist : Ryuichi Sakamoto



GUCCI
Track : Under My Thumb
From : Aftermath
Artist : The Rolling Stones



HERMÈS
Track : Cirrus Minor
From : More (Soundtrack)
Artist : Pink Floyd



BOTTEGA VENETA
Track : Heavy Cross
From : Music For Men
Artist : Gossip



DRIES VAN NOTEN
Track : I'm Not Alone
From : Ready For The Weekend
Artist : Calvin Harris



PRADA
Track : At The End Of The Day
From : Spore
Artist : Scanner



RAG & BONE
Track : Sinnerman
From : Pastel Blues
Artist : Nina Simone



DSQUARED²
Track : Kentucky Rain
From : From Elvis In Memphis
Artist : Elvis Presley



DUNHILL
Track : Perfect Kiss (Remix)
From : Substance 1987
Artist : New Order



VIVIENNE WESTWOOD MAN
Track : Animal (Crookers Remix)
From : Animal
Artist : Miike Snow



COMME DES GARÇONS JUNYA WATANABE MAN
Track : Baudelaire
From : Bonnie And Clyde
Artist : Serge Gainsbourg



GIORGIO ARMANI
Track : Maintenant
From : Extraordinary Rendition
Artist : Rupa & The April Fishes



BURBERRY PRORSUM
Track : Umbrella (Acoustic Version)
From : Send Away The Tigers
Artist : Manic Street Preachers



ANN DEMEULEME
Track : Pale Blue Eyes (Close
From : The Velvet Undergrou
Artist : The Velvet Undergrou



GIVENCHY BY RICCARDO TISCI
Track : Lassú
From : Délivrance
Artist : A Hawk And Hacksaw



CALVIN KLEIN COLLECTION
Track : Velvet
From : A Brief History
Artist : The Big Pink



GAULTIER
Track : I Wish I Was In Hell
From : Kiss Of Kali
Artist : Mop Mop



ETRO
Track : Stool Pigeon
From : Tropical Gangsters
Artist : Kid Creole & The Coconuts



Y-3
Track : Bad
From : Bad
Artist : Michael Jackson

NO IMAGE

DIOR HOMME
Track : (Original Track)
From : (No Title)
Artist : Ghinzu



ERMANNO SCERV
Track : Marvin & Miles
From : Sex'n Jazz, Vol.1
Artist : Gare Du Nord



MICHAEL BASTIAN
Track : Rondo Parisiano (Feat. Karl Lagerfeld)
From : Hooked On Colette
Artist : SomethingALaMode



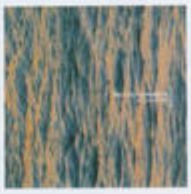
RICK OWENS
Track : Dominator
From : Dominator
Artist : Human Resource



ISSEY MIYAKE
Track : A Rainbow In Curved Air
From : A Rainbow In Curved Air
Artist : Terry Riley



PATRIK ERVELL
Track : Lay Back In The Sun
From : Pure Phase
Artist : Spritualized Electric Mainline



JULIUS
Track : Sentience
From : Ocean Fire
Artist : Willits + Sakamoto



MONCLER GAMME BLEU
Track : Swing, Swing, Swing
From : Swing, Swing, Swing
Artist : John Williams & The Boston Pops Orchestra



ROBERT GELLER
Track : Good Life (Random-
From : Neu! 4
Artist : Neu!



JIL SANDER
01. Shigeru Umebayashi "Yumeji's Theme"
02. The Beloved "Sweet Harmony"
03. The Field "Everybody's Got To Learn Sometime"
From : Shigeru Umebayashi "Yumeji's Theme" (Soundtrack)



RAF SIMONS
01. György Ligeti "Musica Ricercata, II (Mesto, Rigido E Cerimoniale)"
02. Bach "Symphony #1 In D Major Wq 183/1 I Allegro Di Molto (Andrew Manze / The English Concert)
03. Text Of Light "James Joyce:Chamber Music (Stanza XIII)"
04. Brahms "Symphony #3"
From : Text Of Light "Metal Box"



RICHARD CHAI MEN
01. Händel "Sarabande" (Rework By Sebastien Perrin)
02. Just Jack "Embers"
03. Kraftwerk "Tour De France"
From : Kraftwerk "Tour De France Soundtracks"



PAUL SMITH
01. Ray Davis "Days"
02. Talking Heads "This Must Be The Place (Naive Melody)"
03. Mamer "Kargashai"
04. Chris & Cosy "This Is Me"
05. Robert Palmer "Looking For Clues"
06. Talking Heads "Psycho Killer"
07. Michael Jackson "Thriller"
From : Michael Jackson "Thriller"



THOM BROWNE.
01. The Beatles "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band"
02. Angelo Badalamenti "Le Voyage Du Reve"
03. The Beatles "You Never Give Me Your Money"
04. Philharmonic Wind Orchestra "Yellow Submarine"
05. Steve Reich "Section I (Music For 18 Musicians)"
06. The Beatles "Yellow Submarine"
07. Angelo Badalamenti "La Foire"
08. The Beatles "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (Reprise)"
From : The Beatles "Yellow Submarine"



COMME DES GARÇONS HOMME PLUS
01. Can "Oh Yeah"
02. The Human League "Being Boiled"
03. The Emperor Machine "The Frontist"
04. Gang Of Four "What We All Want"
05. Mort Garson "Three Five Zero Zero"
06. 23 Skidoo "Kundalini"
07. Mort Garson "Let The Sunshine In (The Flesh Failures)"
From : Can "Tago Mago"



NEIL BARRETT
01. Damian Lazarus "Cold
02. Brian Cares "No More F
03. Architeq "Birds Of Prey
04. Falty DL "To London"
05. Mordant Music "The W
06. Telepathe "Chrome's O
From : Architeq "Green And

メンズコレクションのキャットウォークに流れるミュージック。

ここではコレクションのランウェーで流れた音楽をピックアップ。35メゾンのミュージックリストから、下段の7メゾンは全曲を紹介。その他は、象徴的な一曲をピックアップした。6月末パリコレクション中に急逝したマイケル・ジャクソンをオマージュし、彼の音楽を流すメゾンも。



映画「青い車」(2004)、「真夜中の弥次さん喜多さん」('05)、「ウルトラミラクルラブストーリー」('09)で共演した麻生久美子とARATA。今回、二人はそろって岩松了作・演出の舞台「マレーヒルの幻影」で初舞台を踏む。

「初めて共演した『青い車』が5年前。それ以来、なぜか恋人役や夫婦役なんです。そういう経験を今まで積み上げてきて、麻生さんと一緒のシーンには安心感があります」(ARATA)

「共演が多いのに、実は長い時間一緒に過ごしたことがなくて。だから時間をかけてARATAさんとじっくり、一つの作品をつくることも今回の舞台の楽しみです」(麻生)

大恐慌前夜のアメリカ・ニューヨークを舞台にした「マレーヒルの幻影」は、F・スコット・フィッツジェラルドの小説『グレート・ギャツビー』に想を得たという。登場人物たちはさまざまな事情で故郷を離れた日本人に置き換えられ、岩松作品らしい、驚きに満ちた人間ドラマに生まれ変わっている。麻生もARATAも舞台は初めて。不安とともに、二人の舞台に対する期待は大きい。「いつかは舞台に立ってみたいと思っていました。でもそれがいつなのかがわからなくて、自分の中でそのタイミングを待っていたのかもしれません。今回、『この作品だ!』って直感的に思えたんです。初舞台になる作品がきた、待っていたのは、これだったんだと。びっくりすると同時にすんなり受け入れることができたんです。初めての舞台で少し前まではすごく怖かったんですが、稽古が近づくにつれ、楽しみのほうが大きくなってきました。初めてだけれど、見た人に初めてだと思われない舞台にしたい。ハードルは高いかもしれませんが、それぐらい自分を追い込みたいんです」(麻生)

「岩松さんは僕に舞台というものを意識させてくれた人。10年ほど前にある撮影でご一緒して以来、親交があり、『舞台に興味はないか?』と初めてきいてくれた人なんです。今回、岩松さんから、『こういう舞台を考えているんだけど、やってみない?』って言われたとき、僕の中でこの作品に向かう流れがずっと前からできていた気がして、二つ返事で了承しました。この年になって新しいことに挑戦できるのはとても貴重なこと。だからこそ、岩松演出に思い切り浸って最高の年末にしたいと思っています」(ARATA)

「がんばるしかないよね」とうなずき合う彼らの間には、同志としての心地よい緊張感がある。岩松マジックで二人はどのような新たな顔を見せるのだろうか。

「マレーヒルの幻影」 1929年のアメリカ・ニューヨークを舞台に、時代に翻弄される日本人の男女の物語。作・演出は岩松了。出演は、麻生久美子、ARATA、三宅弘城、荒川良々、市川実和子、松重豊ほか。12月5日~27日、東京・下北沢の本多劇場にて。大阪公演は'10年1月9日、梅田のシアター・ドラマシティにて。お問合せは、森崎事務所、tel.03-5475-3436へ。

Kumiko Aso '78年千葉県生れ。女優。映画は、'98年の今村昌平監督「カンゾー先生」をはじめ、黒沢清監督「回路」、佐々部清監督「夕凪の街 桜の国」や今年は「おと・な・り」「インスタント沼」などに出演。'06年のドラマ「時効警察」も話題に。待機作は守屋健太郎監督「シーサイドモーテル」('10年公開)。

arata '74[illegible]俳優。[illegible]監督「[illegible]」[illegible]の首輪」[illegible]監督「空気人形」などの映画に[illegible]「THE [illegible]T」('10年公開)。[illegible]デザイナー。旅先の写真をまとめた冊子「日本遊行」なども制作。

麻生久美子とARATA。二人の初舞台、「マレーヒルの幻影」。

スクリーンで独特の存在感を放つ、麻生久美子とARATA。役者として成長を遂げてきた彼らの新たな挑戦は映像とは異なる、"舞台"という世界。フィッツジェラルド作の『グレート・ギャツビー』から生まれた、岩松了が描く「マレーヒルの幻影」へのチャレンジを前に、今の心境をきいた。

伊賀大介=スタイリング

styling : Daisuke Iga (KiKi inc.)
photograph : Josui (B.P.B.)
makeup & hair : HAMA

右 ブロックプリントのミニドレス¥25,200、モヘアのロング丈カーディガン¥44,100、カチューシャ¥5,460、ファーのつけ衿¥27,300、タイツ¥5,460 シアタープロダクツ／靴¥29,400 シアタープロダクツ シック（シアタープロダクツ表参道本店）
左 ギンガムチェックプリントのデニムジャケット¥33,600、パンツ¥25,200 シアタープロダクツ シック（シアタープロダクツ表参道本店）／中に着たニット スタイリスト私物



KUMIKO ASO × ARATA
Their First Stage

Day Off
Volume_07 Tomoyo Harada

netable

00 アルバムのジャケット撮影を担当した
カメラマン、ARIKOさんの友人宅へ。
00 ヴァルゲイル・シグルドソンの
グリーン ハウススタジオへ。
00 ダウンタウンのベジタリアン カフェで
ヘアメークのアナとランチ後、彼女の美容室へ。
00 CDショップ「12 Toner」へ。
すべてのCDが試聴可能で
夫と気になったCDをチェック。
00 郊外までドライブ。ドライブインでの休憩中、
アイスランド映画の撮影に遭遇。
00 夕食はえび料理に舌鼓。
00 白夜のアイスランドの風景を眺める。

田知世。アイスランドで、
自然と音楽に触れる。

ョークやシガー・ロスの音楽が生まれた場所
ってみたい。そこで、最新アルバムに楽曲を提
てくれたミュージシャン、ムームのような自由な
くりがしたいと、アイスランド・レイキャヴィクを
た原田知世。「黒い大地に自生した紫色の
ナスの花々が美しく、ここは天国?と思うような
が至る所にあります。人々もシャイで控えめな
、清らかで温かい心を持った人ばかり。彼らの
さがここは天国かもしれないってさらに思わ
くれたんです」

在中の休日は一日だったが、美しい環境とや
い心を持った人たちに囲まれ、仕事の間も心と
癒されていったという。「アイスランドの人たち
どものころから親しんでいる『ハヴァマール』と
バイキングの教訓を伝える韻文があり、その中
象に残ったのが"もてなしの心"。現代にも受
がれています。出会った人たちにPV撮影へ
加をお願いしたところ、全員が約束どおりに
ってくれ、その姿にすごく感動しました」

イスランドのミュージシャンとのレコーディング
、音づくりを楽しむことの大切さを教えてもらっ
「アイスランドは夏は白夜、そして極夜の冬は、
音楽を演奏したり、絵を描いたりと、何かに没
きる時間が長いため、そんな環境からたくさん
楽家やアーティストが生まれるそうです。そして
にとって音づくりは生活の一部であり、なにより
らはそれを純粋に楽しんでいます。世界的に活
ているムームですが、常に自由な発想でいきい
表現している彼らの音づくりからもそんな楽しさ
わりました」そう語る原田知世にとっての休日
「波立つような気持ちを落ち着かせ、自分をゼ
戻す時間。そこからまた次へと動くために…」。

02 レイキャヴィク郊外をドライブ中に出会った馬と、車中
の風景。手つかずの自然が美しい。03、08 ロブスターの
。レイキャヴィクでいちばんおいしいと評判のロブスター
プ。本当においしい! 04、10 カメラマンARIKOさんの友
ラッガさんのお宅にて。娘のスティーニちゃんはピンクが
き。ビョークにそっくり(?)なおしゃれママのラッガと私。
ヘアメークのアナの美容室「BARBER THEATER」。彼
センスが隅々にまで感じられるすてきなサロン。06 レコー
ングに参加してくれたミュージシャンのヴァルゲイル・シグ
ソン(左から3人目)やプロデューサーの伊藤ゴローさん
ら2人目)たちと記念撮影。私のTシャツとヴァルゲイル
ャツを交換。07 白夜のアイスランド。夕暮れは深夜0時
るころ。夕日はゆっくりと時間をかけて沈んでいく。09
ョップ「12 Toner」で購入したCD。この店に置いてあるの
ほとんどは日本では入手困難なものばかり。11 ドライブ
ベリアンスタイルのお宅を見学。

oyo Harada

生まれ、長崎出身。女優、歌手。'83年映画「時をかける少
主演デビュー。その後も数々の映画に出演。2007年デ
25周年アルバム「music & me」発表。高橋幸宏主宰
ドpupaに参加し、'08年アルバム「floating pupa」を
。10月21日、日本とアイスランドで製作した2年ぶりのソロ
アルバム「eyja(エイヤ)」をリリース。


01


09


05


02


10



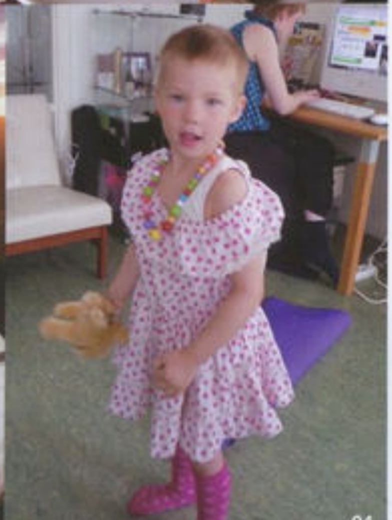
06


03


11


07


08


04

photographs：Tomoyo Harada

PASSAGE 9

ARCHITECTURE: Keiichiro Sako

















01、04 北京市のバー・ストリート、三里屯の再開発、北京ラチス（'08）。中国色を出すことが設計の条件だった。**02** 中央にアトリウムを内包した、住宅と商業施設よりなる、北京ヴォイド（'09）。**03** 北京の児童書専門書店、北京ポプラ（'05）。**05** 天津カレイドスケープ（'05）。天津市街地の巨大な商業施設。**06** 北京のイフィニというブランドのショップデザイン（'08）。**07** 北京パンプス（'08）。デパートと4棟の集合住宅よりなる開発地区。各階が2メートルずつずれながら立ち、敷地に対しても45度ずらすことで、日当りを確保。**08** 北京の経済開発地区にある住宅&商業施設。カラフルな紙吹雪を散らしたようなモザイクが新興地区を彩る。北京モザイク（'08）。

北京で活躍する迫慶一郎。

五十嵐太郎＝文
text : Taro Igarashi

4年ぶりに中国北京市東部の建外SOHOを訪れた。以前は完成したばかりでピカピカの空間だったが、今はベンチャービジネス企業の若い人たちでにぎわう、生活感あふれる街になっていた。この再開発されたビル群を設計した山本理顕の所員として現場を担当し、そのまま北京に残り、2004年から建外SOHOに事務所を構えたのが、迫慶一郎である。彼は1970年生まれだが、今や30名を超えるスタッフを抱え、中国のあちこちで同時に大規模なプロジェクトから店舗の内装まで、さまざまな仕事を進行させている。日本では考えられない状況だろう。残念ながら、東京に拠点を置く同世代の建築家は住宅などの小さな物件、インテリア、あるいはアートの領域で活動しているのが実情だ。バブル経済崩壊後の日本は保守化し、冒険やリスクを恐れるようになったからだ。一方、勢いのある中国では若い人材にも次々とチャンスを与え、迫はすぐれた外国人の建築家として多くの仕事を依頼されている。

迫が独立するきっかけとなった天津カレイドスケープ（'05）は、面積5万8000平方メートルに及ぶ、商業施設である。特徴は、12個の細長いボリュームがからみ、鏡面に映り込む、立体迷路のごとき空間構成をもつこと。その結果、複雑な路地を積層させたまち並みのような雰囲気を醸し出す。完成当初は抽象的な幾何学の迷宮といった趣だったが、現在は飲食店の看板や広告が増殖し、まさにチャイナ的な風景が出現している。とはいえ、建築家が設計した空間の構成は変わらない。

彼は、デベロッパーからの仕事が多く、北京パンプス（'08）や北京モザイク（'08）など、マンション、商業施設、オフィスの複合施設をよく手がけている。隈研吾が監修した北京の新しいおしゃれスポット、三里屯ビレッジにもかかわっており、金や銀の緻密な格子模様をファサードに刻み込む北京ラチス（'08）を完成させた。このエリアでは、最近の東京の再開発よりも洗練された商業空間が実現されている。

一方、スケールが小さいインテリアの仕事も、建外SOHOにある児童図書店、北京ポプラ（'05）から、有機的な網の目が店舗全体に展開する杭州ロマンチシズム2（'07）まで、さまざまである。特に後者はコンピューターでそのままつくったように見える複雑な形態だが、実際は人の手で制作されたものであり、きわめてローテクだ。中国では、人件費が安いことを活用し、日本では難しいこまやかな作業を必要とする造作が可能なのである。迫は、中国でありがちなポストモダン的な記号の操作に頼らず、プロジェクトごとに固有の建築的なテーマを設定し、施主に提案している。

商業施設の仕事だけではない。最近では、'08年に起きた四川大地震を受けて、迫は日本企業の参加や義援金を募り、四川省都江堰市に耐震性の強い幼稚園を無償で建設するプロジェクトを動かしている。実現に向けて現在も支援を求めており、詳しくは、彼の事務所SAKO建築設計工社のホームページ（www.sako.co.jp/）を参照されたい。

Keiichiro Sako
'70年福岡県生れ。'96年東京工業大学大学院修了後、山本理顕設計工場勤務を経て、'04年にSAKO建築設計工社を設立。中国での仕事を手がけるようになり、現在は東京と北京に事務所を構える。同年～'05年米国コロンビア大学客員研究員、文化庁派遣芸術家在外研修員。'07年ベストデザイナーアワード（中国）、'08年度グッドデザイン賞ほか受賞多数。著書に『28の主題 迫慶一郎の建築』（TOTO出版）。

Taro Igarashi
'67年生れ。東北大学教授。通算では4回目ですが、オリンピック後の北京を初めて訪れた。鳥の巣もウォーターキューブも、北京空港もCCTV（中国中央電視台）もすごい。残念ながら、今の東京ではこれだけのパワーのある建築が誕生しない。中国のコピー製品を笑っている場合ではない。

登るにつれて裸になる魂。

阿部日奈子＝文
text : Hinako Abe

気鋭の詩人・浜田優に、中学、高校の山岳部に始まる三十数年の登山歴があることを、詩文集『流れる山の情景』で知った。まずは今の季節にふさわしい詩「碧潭」の冒頭を引こう。「いまごろどうしているのか あの水は／ましろい岩の岸に護られ／渓じゅうおおう緑と／青空の切れはしを映して／ビロードのようにぬめっていた／あの水は」。晩秋に渓流を歩きながら、夏の日に足裏を浸した碧潭を想う詩だ。夏には水の量塊を湛えて藍や深緑に染まっていた碧潭は、秋から冬にかけて色あせ、痩せほそる。裸形の生を求める詩人は、初雪を待って眠りにつこうとしている瀞の傍らに佇み、最終連をこう結ぶ。「息がこごえて 水が翳る／閉じたまぶたに霜が降りる／冬の日に透かされて／夢を見ている瀞の／そしてぼくらの／瞳の色はどんなだろう」。

「碧潭」を含む15篇の詩は、いずれも明澄な言葉で山の情景を描いている。「雪崩」「芽吹」「雷鳴」「瀑布」「霧氷」「月光」など各詩のあとには、折々の体験や思索を語る散文が置かれ、都会の片隅で読んでいても、いつしか山の蒼い空気と静謐な時間が胸に流れ込んでくるようだ。

第二章に集められた山をめぐる文学作品論では、カフカの『城』を山行記として読む試みが興味深い。たとえばKの到着の場面も、「Kはこの城山を眺めながら、予期したとおりの姿だったにもかかわらず失望を覚える。矛盾した感想のようにも思えるが、登山者の心境からすればべつに不思議でもあるまい。登山者ならこれから自分がめざす山は、自分の予想を少しでも裏切るほどに美しく、険しくあってほしい。事前に想定していたよりもちょっとばかりきびしい、というのが、登山者にとって登りがいのある山だ」と解釈される。またKが名乗る測量士なる身分のいかがわしさについては、これまでも多くの先人が指摘してきたが、本書で登山と測量との不即不離な発展史を知ると、測量士として必要とされないKに登頂（登城）が叶うわけがない、という『城』の構図がはっきりと見えてくる。

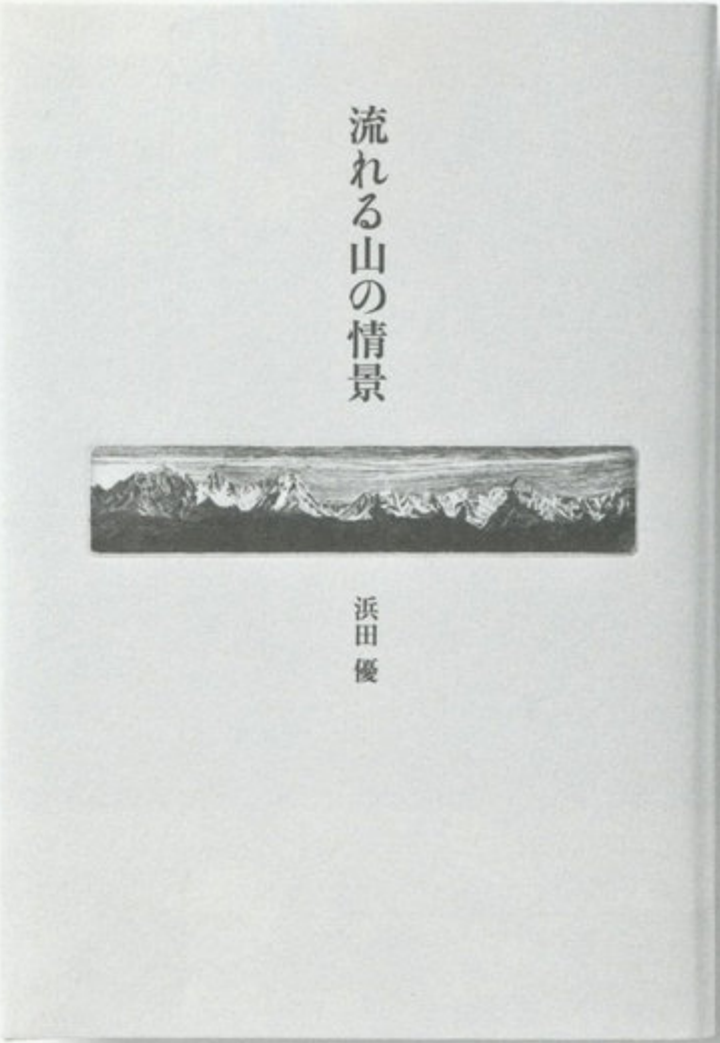
第二章で論じられている伊東静雄の詩、宮沢賢治の童話はもちろんのこと、山の文芸は傑作揃いだ。ルソー、ノヴァーリス、バイロン、トーマス・マン、柳田國男、串田孫一、古井由吉……何を挙げようか迷ったが、今回は女性作家の短編小説を2篇取り上げたい。

アニー・プルーの『ブロークバック・マウンテン』は同名映画（2005）の原作。人目を忍んで年に何日かを山で過ごす男同士の恋人たちイニスとジャックの20年が、ほんの短い小説に凝縮されている。アン・リー監督はほぼ忠実に原作を映画化しているのだが、俳優たちの練り上げられた演技もあって、スクリーン上のイニスやジャックは、より繊細で陰影に富んだ人物になっていた。小説のほうは人も世界ももっとハードで、安手の感傷を押し戻すような荒々しさがある。バーモントやワイオミングの森で暮らし、風土と人間を見つめてきたプルーならでは情景描写が素晴らしい。「夜明けの空はオレンジ色のガラスのようで、下のほうだけ、薄い緑色をしたゼラチン質の縞が入っていた。煤けた色をした山塊はしだいに淡い色に変わり、やがてイニスが炊事のためにおこした火から立ち上る煙と区別がつかなくなった。冷気がやわらぎ、すると突然、いくつも転がっている縞模様の小石や土のかけらに、鉛筆に似た細長い影ができた。眼下の斜面に密生するロッジポール松の高木は、くすんだマラカイトの石板を並べたように見えた」。山の焚火は、下界に居場所のない二人をつかのま温めてくれるのだ。

ダフネ・デュ・モーリアといえば『レベッカ』のみ有名な大衆作家として軽く見られがちだが、物語の面白さと旺盛な筆力は塚本邦雄をして〈岡本かの子やマルグリット・ユルスナールに並ぶ女（ひと）〉と言わしめたほど。登山を趣味とする二人の青年と、彼らに愛される謎めいた美女を主人公にした「モンテ・ヴェリタ（真実の山）」（『鳥』所収）でも、山と神秘主義、山頂の僧院、両大戦間のヨーロッパの変貌、一人生き延びて年老いた語り手の寂寥など通俗的なモチーフを使いながら、霊気さえ漂う高純度の悲恋物語を紡いでいる。

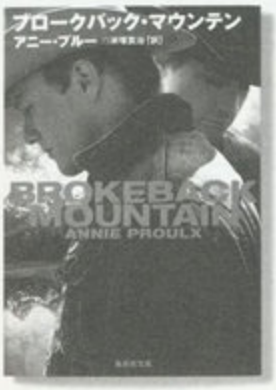
...saru Hamada
…東京生れ。出版社勤務のかたわら、
…代より詩を発表。詩集に「同意にひる
…る炎」（思潮社）、「天鬚」（水声社）、「あ
…の観察」（思潮社、歴程新鋭賞）。共著
…写真とフィクション」「ロックの冒険〈スタ
…編〉」（共に洋泉社）、「複数の書名」（思
…）、「現代詩最前線」（北溟社）ほか。

Hinako Abe
詩人。'53年東京生れ。'89年、詩集「植民市の地形」で、第1回歴程新鋭賞受賞。'94年「典雅ないきどおり」（書肆山田）を発表。2001年の「海曜日の女たち」（書肆山田）で、第32回高見順賞受賞。訳書にダニエル・シュミット著「楽園創造—書割スイス文化史」（大和プレス、発売・平凡社）。



「流れる山の情景」
序詩「晴れた日の山」のあと、第一章は四季の山を謳った詩文、第二章は山を描いた文学の作品論、第三章は越後駒ヶ岳・オツルミズ沢、安達太良山・杉田川など沢登りの紀行文。門坂流の挿画が美しい。浜田優著。山と溪谷社、2,000円。

BOOKS : About Mountain



「ブロークバック・マウンテン」
〈ワイオミング・ストーリーズ〉と副題のついた短編集"Close Range"の掉尾を飾る1篇。1963年夏、貧困と重労働の中で育ってきた若者二人は、ブロークバック・マウンテンで出会い固く結ばれるが……。アニー・プルー著、米塚真治訳。集英社文庫、400円。



「鳥 デュ・モーリア傑作集」
表題作はヒッチコックの同名映画の原作だが、結末は全く異なる。異邦での浮遊感、人間心理の皮肉、出来心による人生の暗転など各々違う味わいの8篇に、物語作家の天稟が光る。ダフネ・デュ・モーリア著、務台夏子訳。創元推理文庫、1,050円。

美しく、楽しく、正しい、生活の探求。

佐伯 誠＝文
text : Makoto Saeki

どのように生きるかという大問題を、生活の中で追求することは、そんなに難しいことなのだろう? いや、けっして不可能なことではない、と意をつよくするのは、西村伊作という先人がいるからだ。生活を探求することに生涯をかけた、この類い稀な日本人を、われわれは正しく遇することを怠ってきたのではないか?

アブラハムの子、イサク（Isaac）に因んで名づけられた少年は、生まれながらにして、群れから離れざるを得ない運命をせおった。父は、いつでも賛美歌を口ずさみ、洋風の生活環境をこしらえ、仏像や位牌を片づけてしまって、偶像崇拝などは野蛮人のすることだと教えた。かくして、伊作の孤立はさけがたいものとなった。明治時代に紀州の僻地で、異星からやってきたかのように暮らす家族は、石を投げられることを免れない。

中学生になった伊作は、アメリカ人宣教師に英語を習い、学校へ行くときは、サンドイッチをつくって持っていった。7歳で、両親を地震によって亡くしたのだから、自立しないわけにはいかない。弟とふたりで暮らし、ときには牛肉を500グラムも買ってきて、ビフテキを焼いていっぺんに食べたりと、自炊するのはもっぱら洋食だった。このハックルベリーのような少年は、中学を卒業すると、上の学校へは行こうとしないで、東京の丸善から洋書をとりよせて、どしどし読破していった。自己教育することに、まったくためらいがなかった。

朝起きると、今日一日どんなことがあるだろう?と、こころを躍らせる生活こそが、伊作の望むものだ。自転車に乗り、オートバイに跨り、一瞬たりとも停滞しないで、はじまったばかりの20世紀を疾走していく。もちろん、紀州の山林という莫大な財産があってこその遊民だが、めざすところは生活を藝術とすること。

住宅を設計し、絵を描き、陶器を焼いた。

おそらく、これまでの日本人のものさしではかれない反・日本人。ぶっきらぼうに語られる、その人生は「楽しい生活」を求めての、すさまじい苦闘ぶりだ。それこそ〝新聞電報のように簡単に最も飾りのないことばで書いた〟もので、無愛想だが噛みしめると滋味がある。ときおり点綴される甘美な思い出は、それだけに薫り立つようだ。

6歳の頃、伊作を誘って「私のからだの上に寝なさい」といった二つばかり年上の女の子のことを、二〇になっても三〇になっても、そして四〇になっても、月にいっぺん思い出すという。あるいは、母のつけていたフロリダ水という化粧水ののびんに描かれていた、日傘をさした女の絵のこと。文学者であれば、精緻な文章をつむぐだろう時を求めて、精緻な文章をつむぐだろうが、伊作は「空の空なるかな、だよ。つまらん。こんなもの誰も読みやしないよ」と、そっけない。

「私は人間の仕事の中で教育が最もいい仕事だと思っている」という伊作の創設した文化学院（1921年）は、自分の子供のためにと思いついた構想がふくらんだものだが、〝liberal arts〟（感受性を育む技芸）を軸にする〝小さな学校〟としては、アメリカ・ノースカロライナ州のブラック・マウンテン・カレッジ（Black Moutain College）の創設（'33年）よりも10年以上も早かった。「どんなことにも本気になって打ち込まなかった」という伊作のことばを、そのまま信じるべきだろうか? いや、そこには、実行家にみられる床しい含羞があるだろう。「私は一生涯、ほんとうの恋愛の相手を見つけることができなかった」と回想する伊作ではあるけれど、いったいパッションなくして、あんなことができただろうか?

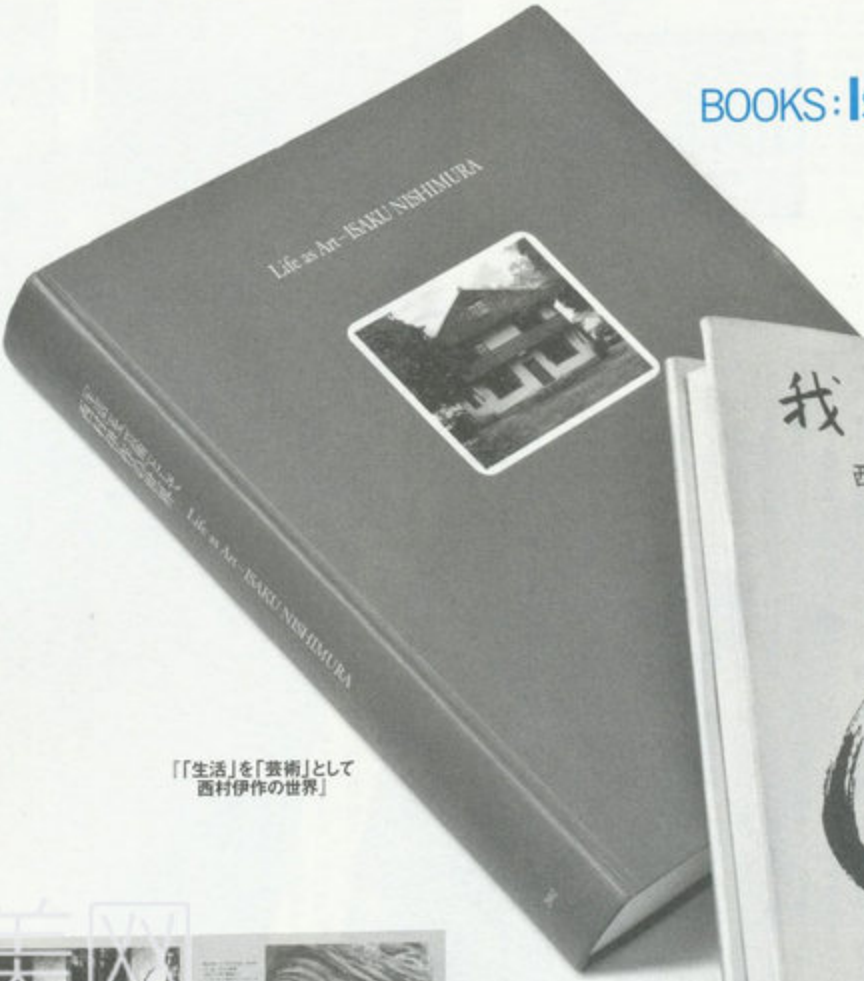
明治43（1910）年、26歳の西村伊作は、叔父のドクトル大石誠之助が大逆事件の咎で拘留されたと知るや、一挺のピストルをふところに、オートバイに跨って、紀州から東京へ驀進しようと立ち上がる。その恰好は、トラの皮のような毛皮のオーバー!

ひとりの青年が、「楽しく暮らす」ということは、〝へげたれ〟（こしぬけ）にはできない、烈しい闘争であることを、身をもって示した。

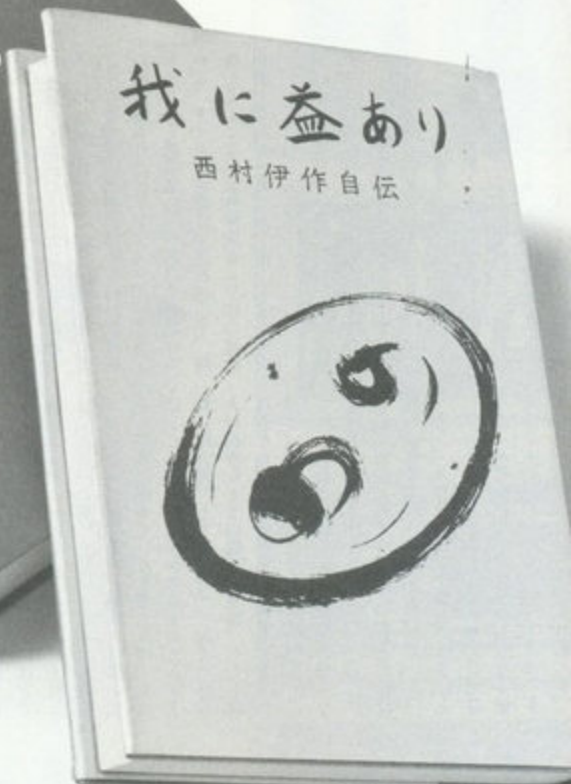
西村伊作は1884（明治17）年に和歌山県新宮に生まれる。3歳で母の実家の西村家の養子になり、1891年の濃尾地震で両親を失った。叔母の住む広島にあった私立明道中学校に学んだ後、叔父の大石誠之助の影響で社会主義思想に傾倒。また建築家、芸術家としても活動し、新宮の自邸（現西村記念館）や1921（大正10）年に自ら創立した文化学院の設計などを手がけた。住宅や教会などを多く設計し、文化学院の校長、校主として教育活動を行ない、'63年に78歳で永眠。右は自伝、『我に益あり 西村伊作自伝』（紀元社、'60年、絶版）と2002年に神奈川県立近代美術館で開催された「『生活』を『芸術』として 西村伊作の世界」展のカタログ（左）。下2点は展覧会のパンフレット（上）と中ページ（下）。叔父の大石誠之助が拘留された際に毛皮のオーバーを着て飛び乗ったというオートバイ（下中央）などが紹介されている。

Makoto Saeki
'45年生まれ。文芸、アート、映像をはじめ、文化、社会全般への関心が強く、独特のアプローチで対象に迫り、鋭敏な審美眼で文筆活動を続けている。さまざまなメディアで執筆するほか、ココ・シャネルの生涯を描いたエリザベス・マシューズ原作の絵本、『COCOはとびきりかわったコ』（イプシロン出版企画）の翻訳などを手がける。

BOOKS : Isaku Nishimura

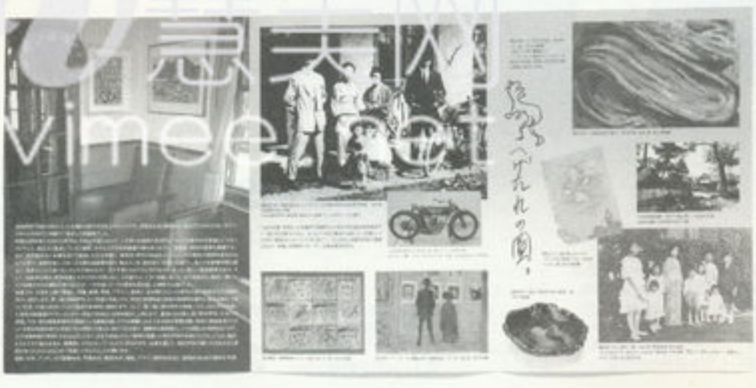


「「生活」を「芸術」として
西村伊作の世界」



『我に益あり　西村伊作自伝』















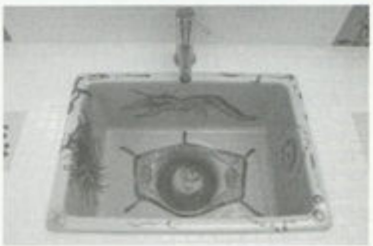












直島銭湯「I♥湯」。

椹木野衣＝文
text: Noi Sawaragi

　九月の連休を使って友人と連れ立ち、瀬戸内海に浮かぶ直島に新しくできた銭湯にひとっ風呂浴びに行った。直島銭湯「I♥湯」（アイ・ラヴ・ユ）という名の変わった銭湯だ。岡山の宇野からフェリーで宮ノ浦の港に着くと、人気の地中美術館を目指してバスを待つ長蛇の列を横目に、向かって左の住宅街を足早に目指す。すると、遠目に「ゆ」の文字が。夜ならネオンサインでさらにくっきりと銭湯の在り処を伝えてくれるのだろう。それを目印にまっすぐに向かう。

　と、目前に立つ、バラックのような建物……。それが「I♥湯」だ。バラックといってもそれはそう見えるだけ。大手建設会社が施工を担当した立派な建造物である。プロデューサーは地中美術館と同じく、福武總一郎。全体のアートを手がけたのは、美術家の大竹伸朗。ここにデザインと設計でgrafが加わり、この夏めでたく開湯に至ったのだ。

　早速、中に入ると妙にキャラ立ちしたオッサン、オバサンがもぎりで台に立っている。促されて販売機で入浴券と大竹伸朗デザインのタオルを購入し、すっと奥へ。チラ見だが銭湯には欠かせぬ牛乳販売機もちゃんとある。あとはもう脱衣室から浴場までここがアートの場というのも忘れて風呂に入るだけ。僕らが向かったのは夕方前でその日は天気も抜けるような青空で、天井にはめられた半透明の板に施されたペインティングが浴場にやわらかく透明感のある色の帯を届けている。タイルの色調は全体に純白で、浴場のそこここに大竹伸朗ならではの意匠が凝らされている。が、思ったよりもシンプルだ。

　よく大竹はジャンクな材料を使ったコラージュ的な作品の印象からゴチャゴチャした作風を連想されがちだが、他方では、ほとんど内容なしといってよいほどミニマルな空虚さのある作風を備えていて、銭湯の外装とよい対照をなしている。浴場の空間は音の反響のよさで特徴づけられるけれども、音好きの作者はもちろんそれを生かして、ここでもいい音を流している。僕のときはフリップ&イーノが実に風呂に合うサスティーンの効いた電子音を浴場全体に響かせていたけれど、実際、こんなにアンビエントに仕立てられた風呂もめずらしい。

　湯につかりながら、考えた。そういえば銭湯は久しく行っていなかった。学生時代に京都で下宿していた頃はよく通ったものだが、そういえば、その当時京都の風呂屋の多くが富山県の出身で、それは富山港が日本海交通の要所で、大陸、たとえば韓国の釜山などから風呂焚きの（火を扱う）職能がいち早く伝わったからなのでは？　などと勝手に空想した（そういえば富山と釜山はどちらも「フサン」と読めるではないか！）。そんなことを思い出したのも、この「I♥湯」が港の間近にあるからで、もしかすると銭湯というのは本来、こうして海と海を経由して異人を運ぶ港にあるべきものかもしれぬと思ったからだ。

　してみると、宮ノ浦から見えるあの「ゆ」の文字が、なにか遠い国からたどり着いた者が最初に目にする灯台のような役割を果たしているようで実におもしろい。銭湯といえばタイルでありモザイクだが、それもともとはイスラム圏の発祥なわけで、そう思って見るとこの風呂はどこかハンマームっぽい（そういえば大竹には『カスバの男』と題するモロッコ紀行があったっけ）。さらに銭湯には海を焚く火の神も宿っていると考えれば、それはどこかで遠くペルシアのゾロアスター教（拝火教）とも響き合う。加えて日本人の異常なまでの風呂好きには、どこか滝に打たれて身を清める修験道なども思わせる。湯につかって富士山を眺めるのも、ずっと遡れば富嶽信仰の一種なのだろう（ちなみにここでは象のオブジェ「サタコ」を見ながら入浴する代りに、富士の絵は建物の裏手で外へ向けて描かれている）。

　そう、大竹伸朗の「I♥湯」は手法としてコラージュが使われているだけではなく、それ自体が世俗の宗教からなる建築コラージュになっている。それは、多くの人が行き交う港にこそふさわしい。

i Sawaragi
術批評家。本文でも触れたが現在の直島
状況に改めてびっくり。最初に僕が訪れた
（'92年?）はまだ隠れ家的な雰囲気で、大
示室にブルース・ナウマンを擁する安藤忠
設計のホテルにはほかに滞在客もなく、夜
瀬戸内海の光が不思議な寂寥感をかき立
。あのころはその直下に職員宿泊用のバ
並んでいて共同浴場もあったけど、あれは
でなつかしい。

ART: Naoshima Bath

上の写真はすべて、香川県直島の宮ノ浦港の近く、宮浦地区で実際に銭湯として営業している大竹伸朗作のユニークな美術施設、直島銭湯「I ♥ 湯」（撮影　渡邉修）。大竹作の絵つけタイルの湯船や洗面台を中心に、大竹作品らしく、日本各地から採集したというさまざまなオブジェがあちこちにスクラップされ、エネルギーに満ち、斬新でありながら人間くさい、まさに疲労回復と交流の場所としての銭湯にふさわしい空間。設計には、デザイン集団grafが協力し、象のオブジェがあちこちに置かれていたり、屋上には松の植栽もあり、とサプライズにあふれている。入湯セットやTシャツなどのオリジナルグッズも充実。香川県香川郡直島町2252の2 tel.087-892-2626 14時～21時、土曜・日曜・祝日は、10時～21時営業。入湯料は500円（島民は300円、15歳以下は200円）。月曜、年末年始は休業。

アンリ・マティスの終着地点、〝ジャズ〟。

幅 允孝＝文
text : Yoshitaka Haba

幻の一冊、つまり高くて高くて手が届かなかった一冊がリプリントされたのが本書で、何よりもうれしいというのが本音だ。アンリ・マティスの『JAZZ』という切り紙絵の版画集。

初めてこの本を目撃したのは、この仕事を始めるようになった5年くらい前に買付け旅行で行った、アメリカ・ニューヨークのとある本屋だった。真っ青の表紙は相当ボロがきていたのだが、中を見開いたときに飛び込んできた色と造形とマティス自身による踊るような自筆の文字の感触は今でも忘れられない。「これだけ表紙のダメージがあれば、ひょっとして手が届く価格かも!」と淡い期待を寄せて店主にプライスをたずねた僕が甘かった。とぼとぼと肩を落としてお店を出ることになるのだが、それにしてもタダで中身が見られただけでも幸運だと考えられるくらいのポジティブな生気を、この晩年のマティスの作品からもらったことを今でも憶えている。

1930年代に入ったころから、画家マティスは悩んでいた。世界的な評価は確固としたものになっていたのに。彼がいうには「素描と色彩(disegno e colore)が一致しない」のだ。年を重ねるに連れて、マティスの絵画はきわめて平面的で、線描に関してもかろうじて輪郭線がある程度のそぎ落とされた表現へと向かっていた。構成はより単純化され、色彩の純化は激しさを増す。

そんなとき、彼はハサミと出会ったのだ。マティス自身もはじめはこの方法を「安物のおもちゃ」と自嘲したそうだが、その切り紙絵という手法は確かに彼の悩みを吹き飛ばすに足る発明だった。同じ動作の中で、今まで乖離してしまっていた素描と色彩が融合するという。彼自身の言葉を借りるなら、「ハサミで素描するということは、色のなかにじかに切り込むこと」になるといい、自分の作品の到達点こそが、この切り紙絵だと最後には確信するに至るのである。

さて、この『JAZZ』という本の中身だが、実はとてもシンプルなつくりなのである。あらかじめリネル社製のグワッシュで単色に塗られた紙をマティスがハサミで切る。切った紙片は実際の版画集のサイズと同じ大きさで構成され、なんどもその配置をジャズのように即興(?)で動かしながら20枚の切り紙絵を完成させる。描かれたのは、サーカスや民話、旅の思い出の結晶がモチーフだ。それに、マティスによる「覚え書き」や「目次」や「作品解説」を加えて、はい！でき上がり。なんという明快さ。だけれども、このシンプルなマティスの終着地点とも呼べる方法が、どうあがいても決して僕らではまねのできない境地にあることは、なぜか直感的に明らかなのだ。それは、コルトレーンの「マイ・フェイバリット・シングス」の最初のサックスの1音を聴いたときに、完全に彼の世界のとりことなり、その流れに身を委ねてしまう感覚に似ているかもしれない。マティスの奏でる色とかたちの洪水の中で溺れてしまいたい欲とでもいうのだろうか。

最後にキース・ジャレットがむかし定義したジャズの精神とやらを紹介することにしよう。彼はジャズという音楽のあり方を、こう表現した。「元来、ジャズというものがあるのではなく、パッケージされた製品を見せるものでもない。ジャズはとどまることのない発見として示される内面的なプロセスなのだ」。なるほど。'46年、77歳にしてこの切り紙絵版画集『JAZZ』を完成させたアンリ・マティスの衰えぬ創作精神は、確実にジャズ的ではないか。

VISUAL BOOKS : Henri Matisse “Jazz”

即興性とライブ感があふれるアンリ・マティス(1869-1954)の晩年の作品集「JAZZ」は、'47年にフランス・パリの出版社、テリアードから42×33センチの大判の本として発表された。鮮やかな色彩の切り絵には、色彩や制作などについてのマティスによる覚え書きが添えられている。下左は今春にドイツ・ミュンヘンを拠点とする出版社、プレステルから販売された再編集版(英語版)。オリジナルよりひと回り小さい38×29センチという判型。全175ページ、海外参考価格75ドル。右4点は中ページ。躍動感あふれる切り紙絵の作品と覚え書きが多数収録されている。中央は岩波アート・ライブラリーから今年1月に刊行された、長門佐季訳による日本語版、「アンリ・マティス ジャズ」。プレステル版よりもさらに小さい27.2×18.4センチというサイズで、9…ページ、岩波書店、2,940円。作品自体はプレステル版で、文章は岩波版でじっくりと…のが一つの贅沢な楽しみ方。



「Henri Matisse JAZZ」

『アンリ・マティスジャズ』



Yoshitaka Haba
BACH(バッハ)代表。ブックディレクター。書店やショップなどのブックセレクションのほか、編集、執筆、企画など、本をツールに幅広く活動中。9月にオープンした東京・新宿マルイ アネックスの「ブルックリンパーラー」(地下1階)と模型ファクトリー「ライデンシャフト」(7階)のブックコーナーをプロデュース。http://www.bach-inc.com

wako Watanabe
近観た舞台から。「コースト・オブ・ユートピ
が抜群。12時から22時20分までの長丁
で、翌日疲労が残ったが、おもしろかったな
蛍光群「BUG」。しけたモーテルでの宇宙
マグマ。作はトレイシー・レッツ。すごい作家
南河内万歳一座の「S高原から」、青年
の「青木さん家の奥さん」、レパートリーを交
した異種格闘技を堪能。「ネジと紙幣」食
宿、「狭き門より入れ」前川知大、両新鋭
好調。「出番を待ちながら」名作、名演。

Sonim
'83年高知県生まれ。'02年「カレーライスの女」でソロデビュー後、女優として活躍。映画、舞台で活躍。舞台「8人の女たち」「スウィーニー・トッド」「何処の婚礼」、'08年の「ペテン師と詐欺師」「ミス・サイゴン」。映画では'06年「バックダンサーズ！」での熱演が話題に。待機作に伊坂幸太郎原作、中村義洋監督の「ゴールデンスランバー」('10年1月30日より公開予定)。オフィシャルブログ「ソニンの人間大好き！」 http://ameblo.jp/sonim310



稽古場は不安を消す場所。堅実で誠実なチャレンジャー、ソニン。9時間のシェイクスピア劇「ヘンリー六世」でジャンヌ・ダルク役に挑戦。

渡辺美和子＝文
text: Miwako Watanabe

私がソニンが「舞台に存在している！」と感じたのは、2007年のミュージカル「スウィーニー・トッド」だった。初舞台「8人の女たち」（'04年）もキュートだったが、「スウィーニー～」のジョアンナ役では深みが加わり、役者として大きくジャンプ。可憐で薄幸な少女・ジョアンナがそこにいた。歌唱もすばらしく、本来ポップスの歌手が、難解で知られるソンドハイムの楽曲をクラシカルな唱法で透明に歌いこなし、これにもびっくりした。本人は「それなりに」と笑うが、懸命にレッスンしたにちがいない。

「高いセットの上で歌っていると客席が見えるんですよ。そうするとみんながパンフレットを開いて名前を確認している。歌い方があまりにもいつもと違うので、イメージが違っていたみたい（笑）」

その後もミュージカルが続き、そろそろストレートプレイも観たいな、そう思っていたら、来た。それもシェイクスピアの超大作「ヘンリー六世」。三部からなる歴史劇で、15世紀、権力闘争に翻弄されたヘンリー六世を軸に、百年戦争から薔薇戦争までの戦いの歴史を描く。ソニンが演じるのは主に、フランス救国の乙女、ジャンヌ・ダルク。映画などで有名なこの少女がなぜイギリスの政争劇に登場するかというと、神の啓示を受けて赴くのが、イギリスとの百年戦争の戦場だから。ほかに巫女、皇太子も演じる。

上演時間9時間超の大作だ。稽古期間も長く、取材時点で約1か月が経過。初日まで1か月半あるが、ベテランが多い稽古場でソニンは不安も感じている。

「皆さん経験値の高い俳優さんばかりで、私毎日、見とれてます。背中にいろんな舞台を踏んできた歴史が見える。私は演出家に方向性を定めてもらわないと何もできないけれど、皆さんは今の段階でもちゃんと成り立っているんですよ。私なんかまだぜんぜんで、ここでどうするんでしょう？　みたいなのに」

そこでソニンは考えた。不安な点、疑問点を、演出の鵜山仁にとことん聞いていこうと。

「鵜山さんのイメージでセットが組まれ、音楽が流れ、ライトや衣装が決まり、作品世界が成立するのに、俳優の演技の方向性が違っていたらいけないと思うんですね。だから今はとにかく鵜山さんと話そうと、鵜山さんの食事中もへばりついています（笑）。時間があればお話しさせてください、って。そしたら鵜山さん、私があまりに頻繁にうかがうので、近づくと不安そうな顔をなさる（笑）。でも結局舞台に立つのは自分だから、納得いかないと。私、不安を1コでも持って舞台に立ちたくないんです。稽古は、苦しんで悩んで、話し合って、探り合って、不安を消していくもの。そうすれば本番では、役を体に詰め込んで不安が抜けた状態で、お客さまや共演者を生で感じながら反応して、本能でポーンと投げ出すことができる。稽古は地味で苦しいけど、そういう作業をやるものだと思ってます」

稽古は午前中から夜遅くまで続く。初舞台のとき、ライブである舞台の醍醐味を知った。その醍醐味のためには日常生活のコントロールも苦にならない。食事はほとんどが野菜中心の自炊で、稽古場にはお弁当を持参。フルマラソンを目指しての走り込みも欠かさない。

デビュー以来、歌、ドラマ、映画、舞台など、ずっとチャレンジしてきた。今度は長尺のシェイクスピア劇だ。堅実で誠実なチャレンジャー、ソニンのジャンヌに期待したい。

STAGE : Sonim



新国立劇場公演「ヘンリー六世」
三部にわたるシェイクスピア唯一の大長編の一挙上演。第一部「百年戦争」、第二部「敗北と混乱」、第三部「薔薇戦争」。生涯を戦乱に翻弄されるヘンリー六世に浦井健治。ほかに中嶋朋子、渡辺徹、村井国夫、木場勝己、岡本健一など。計38名の出演者が200以上の役を演じ分ける。作はウィリアム・シェイクスピア。演出は鵜山仁。11月23日まで。東京・初台の新国立劇場中劇場。お問合せは、新国立劇場ボックスオフィス、tel.03-5352-9999へ。

RECOMMENDED



水野美紀のユニット、プロペラ犬。第3回公演は「サボテニング」
ドラマや映画で活躍の女優、水野美紀。実は小劇場が大好きで、そこから自分たちの好きな舞台をつくりたいと、脚本家・楠野一郎と'07年に演劇ユニット、プロペラ犬を立ち上げた。毎年公演してきたが、今回は猫背椿、福田転球を迎え、サボテンと家族の物語をオムニバスで展開する。手作り感あふれたオフビートな笑いが楽しい、プロペラ犬。今回も楽しみだ。作は楠野一郎。演出は倉持裕。出演は水野美紀、猫背椿、福田転球。11月26日～12月6日。東京の赤坂RED/THEATER。お問合せは、オフィス・REN、tel.03-5829-8031へ。大阪ほか地方公演あり。



舞台がアメリカ？ コント？ お笑い？「バンデラスと憂鬱な珈琲」
ここ数年、近代戯曲を新たな視点で上演してきたシス・カンパニーが、久々にオリジナルの新作を上演する。それも福田雄一とマギーという「笑い」にこだわってきた二人の作品で。米国軍随一のネゴシエーター、バンデラスが、ロシアとの開戦を阻止せんと奮闘するが…。堤真一、高橋克実、小池栄子、村杉蝉之介、中村倫也、高橋由美子、段田安則という曲者キャスト陣が、大まじめでおかしな追跡劇を繰り広げる。作は福田雄一、マギー。演出はマギー。11月2日～29日。東京・三軒茶屋の世田谷パブリックシアター。お問合せは、シス・カンパニー、tel.03-5423-5906へ。



感動を呼んだヒット映画の舞台化。青春群像劇の「パッチギ！」
'05年の映画「パッチギ！」が舞台化される。京都を舞台に、日本人高校生と朝鮮学校生たちの、軋轢と恋を描く青春群像劇。映画の井筒和幸監督が総合演出に立ち、脚本も映画と同じ羽原大介。音楽は加藤和彦。私的には、主人公の松山康介に、初舞台「銀」で舞台役者としての魅力を見せた山本裕典（上中）の出演が楽しみ。舞台演出は茅野イサム。ほかには、石黒英雄、三倉佳奈、山崎育三郎、浅見れいな、ちすん、峯村リエ、小市慢太郎、渡辺哲など出演。12月4日～23日。東京・初台の新国立劇場中劇場。お問合せは、サンライズプロモーション東京、tel.0570-00-3337へ。



KERA、3年ぶりのコクーン書下ろし。昭和初期が舞台の「東京月光魔曲」
ケラリーノ・サンドロヴィッチ（KERA）と、昭和初期のモダン都市・東京。まばゆいイルミネーション、コンクリートの高層建築…谷崎潤一郎好きのKERAとしては、今までなかったのが不思議なくらいのぴったり企画だ。昭和初期三部作の第1弾で、姉弟と探偵の胸躍る心理活劇だそう。瑛太の舞台出演第2作。ほかに、松雪泰子、橋本さとし、大倉孝二、犬山イヌコ、伊藤蘭、山崎一、ユースケ・サンタマリアなどが出演。作・演出はケラリーノ・サンドロヴィッチ。12月15日～'10年1月10日。東京・渋谷のBunkamuraシアターコクーン。お問合せは、Bunkamura、tel.03-3477-3244へ。



伊坂幸太郎の小説を舞台化。「Live, Love, Drive. 死神の精度」
"死神"の仕事は指示された人間に接触し、7日間にその人が死んでもいいのか判断すること。死神を主人公にした短編集「死神の精度」から、「死神対老女」（Live）、「恋愛で死神」（Love）、「旅路を死神」（Drive）を中心に舞台化。クールだけどちょっとユーモラスな死神が、人間に接触したときの、反応が見どころ。原作は伊坂幸太郎（「死神の精度」）。脚本は竹重洋平。演出は松村武。出演は羽場裕一、芳本美代子、岡田達也、畑中智行、福本伸一ほか。11月18日～29日。東京・新宿の紀伊國屋サザンシアター。お問合せは、キャラメルボックス、tel.03-5432-0220へ。

photograph : Josui (B.P.B.)



「セレブレイション〜マドンナ・オールタイム・ベスト」CD1枚組、18曲収録、2,580円。CD2枚組、36曲収録、3,480円。ビデオクリップ集DVD2枚組、47曲収録、5,200円。発売中。ワーナーミュージックジャパン



MUSIC: Madonna

マドンナ神話の序章を総括したベスト盤。

保母大三郎＝文
text: Daizaburo Hobo

1982年に歌手活動を開始してから今年で27年目を迎えた、昭和33年生まれのマドンナも御年51歳。推移の激しいポップスの世界で、ここまで長きにわたってトップスターの地位を維持しているアーティストも珍しい。スキャンダラスなイメージばかりが先行し、落ち目と言われた時期もあったが、デビュー以来、史上最低の売上げを記録したメッセージ色の強いアルバム「アメリカン・ライフ」（2003）でさえ、500万枚を突破している。守りにも入らず、ベテラン故の垢もなく、音楽的自由度の高さをリリースごとに魅せ続けているのには感嘆してしまう。

それはファッションにおいても同様。つい先日、マーク ジェイコブスの'10春夏コレクションに出席していたらしい彼女だが、初期のランナウェイズばりのブラ見せ下着姿から、「ヴォーグ」を引っさげての「ブロンド・アンビション・ツアー」におけるジャンポール ゴルチエのコーンブラ&ボンデージファッション、47歳にしてピンクのレオタード祭りな「ハング・アップ」のPV、ドルチェ&ガッバーナの黒サテンのテールコート、ミッシー・エリオットとGAPのCMで共演、H&Mでデザイナーとしてデビュー等々、斬新なスタイルを打ち出し、影響を与えるだけでなく、ファッションとの直接的な関わりも深い。そう言えば、'87年の後楽園球場での初来日公演では、開演前に焼きそば食ってる、イタい下着姿の女の子ファン＝ワナビーズが大勢いたなぁ。

と、そんなくだらない個人的な思い出とも重なり合う、彼女の全キャリアを総括した、最新ベストアルバム「セレブレイション〜マドンナ・オールタイム・ベスト」は、全曲デジタルリマスターが施されたビートルズも驚きの音の良さ。初期の「ライク・ア・ヴァージン」「マテリアル・ガール」から、「ハング・アップ」「ミュージック」「ソーリー」といった近年の大ヒット曲、そして本作に収録された新曲「リヴォルヴァー」「セレブレイション」まで、彼女の音楽的スペクタルの変遷を追って思うに、センスの良さだけではない純粋音楽家としての気概すら感じてしまう。

ナイル・ロジャースからジェップ・ペティボーン、ベイビーフェイス、ウィリアム・オービット、ミルウェイズ、ファレル・ウィリアムズ、ティンバランドら希代のプロデューサーを配し、ディスコ&ソウル、ハウス、テクノ、アンビエント、ヒップホップ、エレクトロニカなどを、ポップフィールドの俎上に載せ、音楽的精度も難易度もポピュラリティも高いポップスへと塗り替えてしまう彼女の技術力に改めて平伏。ボーカリストとしての彼女の成熟ぶりもまたしかり。キュートだが笑ってしまうほど歌唱力のない初期から次第に、ラッパーがユニークなフロウを探すのと同じ感覚で、かつてないフレージングや和声感覚を探し求めてきたように聴こえる。同タイトルのDVDクリップ集を併せて観れば、音楽、ファッション、パフォーマンスと、自身をプロデュースすることに長けた彼女のスゴさが分かるだろう。

音楽的知識をひけらかすのが好きな自称：耳の肥えたリスナーからバカにされてしまうのは、ポップスターの宿命だが、彼女や先に亡くなったマイケル・ジャクソンの音楽に文句をつける奴はいないだろう。それは文句を言わせない作りをしているからだ。まさにクイーン・オブ・ポップの名にふさわしいマドンナのベスト盤。これはまだマドンナ神話の序章にすぎない。

Daizaburo Hobo
'70年品川青物横丁生まれ、世田谷育ち。フリー編集者、ライターとしての活動を中心に、シャンデリア収集家、テーブル型インベーダーゲーム機収集家など特異な肩書きも併せ持つ。音楽雑誌、カルチャー誌を中心に連載多数。最近は、倉庫に収納していた航空機のビジネスクラスシートを自宅に据え、代りにターンテーブル30台を倉庫に収納する、資本主義のブタのような生活を送る日々。

RECOMMENDED



EMI MUSIC JAPAN

「au Palace」
Jane Birkin
表現者としての成熟極まった秀作。彼女の独創的歌唱はライブでこそ真価が発揮される。先の9月の来日公演よりリラックスした雰囲気で、老練かつフェミニンな歌唱を披露した、'09年のパリ公演を収録した本作。アウンサンスーチーに捧げた曲を含む最新作「[illegible]子供たち」からの曲に合わせ、「はかない[illegible]」「思い出のロックンローラー」ら、ファンにとってはお馴染みのセルジュ・ゲンズブール作品がずらりと並ぶ。中でもジャック・ドニオル＝ヴァルクローズ監督作の主題歌「唇によだれ」「可哀そうなローラ」などの裏名作的セルジュ作品をカバーしているのが嬉しい。[illegible]円。



SME

「11:11／[illegible]」
Rodrigo Y Gabriela
超絶技巧を駆使した扇情的フラメンコ・ギターで聴く者を圧倒する、メキシコ発、ダブリン拠点の男女ユニット＝ロドリーゴ・イ・ガブリエーラのセカンド。ピンク・フロイド、ジミヘン、アル・ディ・メオラ、パコ・デ・ルシアら、彼らが敬愛する音楽の偉人達からインスパイアされた曲を集めた本作は、ウッド、シタール、エレキにピアノを交え、アコギ2本だけの演奏よりも広大な世界を[illegible]グルーヴを構築。[illegible]の大[illegible]な哀愁のメロディライン、それを無意識にも[illegible]する、[illegible]が出そうな猛々しい轟音ギター。野生の洗練を施した攻撃的プレイはまさに神[illegible]。[illegible]円。



GARURU RECORDS

「Letters」
一十三十一
最新シングル「ダイヤモンドレールウェイ」が好評な一十三十一（ひとみとい）の、手紙をモチーフにした曲を集めたコンセプトカバー作。荒井由実「返事はいらない」、フリッパーズ・ギター「青春はいちどだけ」、何かと話題の酒井法子「LOVE LETTER」など、物語性豊かな曲によく映える描写力に優れた歌唱。緊張感みなぎる非常に繊細な声ながらも、情感豊かな極太の味わいを魅せる。曽我部恵一プロデュースによる、和製ブリル・ビルディング系ポップス&アコースティックなアレンジの施されたサウンドとの相性も実に良い。聴き手の耳を浄化する気品に満ちた逸品。2,800円。



P-VINE RECORDS

「関西空港」
Freddie
ゲテモノでなくホンモノ。米アラバマ出身、神戸在住の演歌＋ソウル＝エンソルの創始者＝フレディーの新作。ジャネット・ジャクソンから中村雅俊まで豊富な共演、自身のバンド活動を経て、'05年よりエンソル歌手として尼崎の「天然温泉あま湯ハウス」を皮切りに温泉施設ツアーを開始。オーセンティック演歌のジェロと違い、黒人音楽のエッセンスを見事に吸収したその音楽的質の高い演歌＝エンソルは、聴き手の魂を救い上げる力すら秘めている。後期高齢者からちびっ子までもを虜にするポピュラリティあふれたサウンドアプローチ&パフォーマンスも完璧。1,800円。



P-VINE RECORDS

「The Visitor」
Jim O'Rourke
その昔、一緒に新宿のカラオケBOXに行き、「ロックバルーンは99」を絶叫で大合唱してビールジョッキを破壊したのも今や遠い思ひ出。そんなシカゴ音響派のドンにして元ソニック・ユースのジム・オルーク（東京在住）が、8年ぶりに放つ本作は、作曲、演奏、録音などすべてを自身で手がけた全1曲のインスト作。映画「エクソシスト」でお馴染みのマイク・オールドフィールド「チュブラーベルズ」を想起させる、聴覚の風景を異常なまでに喚起し、魂を異界へと誘う魔力を秘めたサウンド。決して超絶技巧なだけではない。重層的な音の断片からいびつな知性があふれ出す。2,415円。



「アンナと過ごした4日間」
イエジー・スコリモフスキ監督、アルトゥル・ステランコ、キンガ・プレイス、イエジー・フェドロヴィチ、バルバラ・コウォジェイスカほか出演。フランス・ポーランド映画。東京・渋谷のシアター・イメージフォーラムにて公開中のほか、全国順次ロードショー公開予定。紀伊國屋書店、マーメイドフィルム配給。http://www.anna4.com



「イングロリアス・バスターズ」
クエンティン・タランティーノ監督、ブラッド・ピット、クリストフ・ヴァルツ、ミヒャエル・ファスベンダー、イーライ・ロス、ダイアン・クルーガー、ダニエル・ブリュール、ティル・シュヴァイガー、メラニー・ロランほか出演。アメリカ映画。11月20日より東京・有楽町のTOHOシネマズ日劇ほかにて全国ロードショー公開。東宝東和配給。http://i-basterds.com/

映画における"ゴージャス感"とは。

樋口泰人＝文 text : Yasuhito Higuchi

テレビスポットで流されている日本映画の予告編が、どこかハリウッド映画みたいになってきたと思っているのは私だけだろうか？ たとえば草彅剛と新垣結衣が主演する「BALLAD 名もなき恋のうた」の予告編なんて、まるで「レッドクリフ」のようでもあったし、荒野一面を走る兵士たちの姿を捉えたロングショットは「ロード・オブ・ザ・リング」にもこんなシーンがあったように思えた。

しかしこのスケール感がまるで世界標準のように思えてしまったのはなぜだろう。ついに日本映画もハリウッドなみのスケールを獲得した、という喜ばしい感じではなく、今や世界中で同じソフトを使っているんだからこれくらいできて当たり前だよね、という感じ。ポストプロダクションにおけるデジタル処理技術は、次々に開発される処理ソフトによって、誰がやっても同じような効果を得られるほどに進化したのだと言ってもいい。バーコードによる管理可能な映像が、世界中に溢れ出している。もちろん映画は常に技術革新とともに進化してきたわけだから、そんな映像の均一化をものともせずさらにスケールの大きな世界を見せてほしいものだと思うばかりなのだが、しかし気になるのは、その予告編に映し出された壮大なロングショットの映像に、バーコードの縦縞が浮かび上がるような閉塞感が貼り付いていたことである。デスクトップ感と言ったらいいのか……。

映画は常に、私たちが生きているこの現実のその先を示す。思わぬところから不意に何かが現われ、事態の重大さに一気に直面することになる。その普段の衝撃が、私たちの現実をより豊かにする。

たとえば「アンナと過ごした4日間」、冴えない中年男が勤務先の病院の看護婦に思いを寄せ、ついには彼女の部屋に忍び込むに至る、という暗く孤独な物語が展開していく。ポーランドの田舎が舞台で天気はいつも曇りか雨、ついには雪景色となる鬱々した世界が映し出され、これを見る人の多くがどんよりとした気分になることは間違いない。

だがそのとき、バリバリという[illegible]を引き裂く轟音が……。ヘリコプターであ[illegible]ヘッドライトの光が窓の向こうを[illegible]せ、その音とともにそれまでの世界を[illegible]に

光だけでいきなり、壮大なアクション映画のようなものへと変貌するのである。しかも、気がつくとそのシーンではヘリコプターの姿がほとんど映らない。窓の向こうの夜空から光が接近するショットがインサートされるだけで、もしかするとラジコンのヘリコプターを使ってもそのショットは映せるのではないかと思えるくらいほんのわずかな"出演"である。本物のヘリコプターを登場させる予算はなくても、ポストプロダクションでCGのヘリコプターを入れなくても、その光と音だけで俄然映画は盛り上がるのである。さらにそのシーンで彼女が初めて彼の存在に気づくという演出もあり、アクションと愛との大いなる連鎖が完成するという見事な展開。そのとき彼女の部屋は世界の中心であり辺境でもあるような、一瞬と永遠が交差する場所となる。もちろん私たちも一気にそんな場所へと連れ去られる。これこそ映画のスケール感であるだろう。こんな場所に直面するために、私たちは映画を見るのだ。

クエンティン・タランティーノの新作「イングロリアス・バスターズ」は、なんとヒトラー暗殺の物語である。しかしこの映画は、ヒトラーを暗殺するための綿密な計画の説明やそのための描写に時間をまったくかけない。上映時間の多くは、いかにもタランティーノらしい仲間内のバカ話や、この映画の背景にあるはずの数々の低予算アクション映画を真似たエピソードのコラージュに費やされている。いわば、こんな映画を作りたいんだよ、という自主制作映画のような親密さが映画全体に溢れているのである。アメリカ合衆国とドイツ帝国との壮大な戦いの片鱗もなく、あくまでもヒトラーを殺したいやつらとヒトラーの側にいながらさらにその外側への進出を狙う男の個人的な野心とが火花を散らすだけなのだ。その世界の小ささに半ば呆れながら見ていると、しかしやはり最後にはとんでもないことが起こる。親密なものが世界の崩壊という恐るべきものへと一気に繋がっていくこの映画の飛躍力のすがすがしさとゴージャス感が、私たちを包み込む。デスクトップで世界を作り上げるのではなく、デスクトップにいきなり世界の果てが現われてくる驚き。映画はいつもそ

CINEMA : What is Gorgeousness?

RECOMMENDED



「スペル」
「スパイダーマン」シリーズでヒットメーカーとしての地位を確立したサム・ライミが、今さらこんな自主制作映画みたいな作品を、とは思うのだが、いや、今それをやることが必要だとこの映画は語る。ほほえましいいい加減さ、音の大きさ、根拠のなさなど、映画はこれくらい大らかで自由でいいのだと、あらためて思う。その自由さの果てにあるものと向き合うのは観客たちであることも、この映画は知っている。サム・ライミ監督、アリソン・ローマン、ジャスティン・ロング、アドリアナ・バラッザほか出演。アメリカ映画。11月6日より東京・有楽町のTOHOシネマズ日劇ほかにて全国ロードショー公開。ギャガ配給。



「ボヴァリー夫人」
ルノワールをはじめ多くの監督たちによって映画化されてきた本作。しかしこのソクーロフ版は映画としての空気感、物語が伝えてくる世界の響きがまるで違う。シーンによって人人の会話の聞こえ方が変わり、奇妙にくぐもったり広がったりピンポイントで聞こえてきたりする。それらは、背景の物音がつくり出す、アンサンブルとして、私たちの身体にまとわりつく。この肌触り。遠い世界の物語ではない。アレクサンドル・ソクーロフ監督、セシル・ゼルヴダキ、R・ヴァーブ、アレクサンドル・チェレドニクほか出演。ロシア映画。東京・渋谷のシアター・イメージフォーラムにて公開中、順次全国ロードショー公開。パンドラ配給。



「行旅死亡人」
自分自身を証明するのは困難だが他人になることは案外簡単にできる。他人の名前で生きてきた一人の女を巡るこの物語は、現代社会の身体性そのものを浮上させる試みであるかもしれない。そこには反時代的なゆったりとしたよどんだ時間が流れる。クルミがその硬さを獲得するために要する時間といったらいいか。柔らかな皮膚が崩れ落ち骨が露出して、それが何かを語り始める。この映画はそれに耳を傾け続ける。井土紀州監督、藤堂海、阿久沢麗加、たなかがん、長宗我部陽子ほか出演。日本映画。11月7日より東京・シネマート新宿にてロードショー公開。日本ジャーナリスト専門学校・マジックアワー配給。



「ジョン・カサヴェテス 生誕80周年記念DVD-BOX HDリマスター版」
ショーン・ペンやジョージ・クルーニーなど、映画監督も務める俳優たちの大いなる先達、ジョン・カサヴェテス。自らを担保に資金を調達し、ハリウッドではつくれない親密かつ大胆な、人間という動物の生命の極限にまで歩を進める映画。そのハードな作業をエンターテインメントにまで昇華させる繊細かつ精密な力業。尽きることのない刺激の数々が詰まっている。「アメリカの影」「フェイシズ」「こわれゆく女」「チャイニーズ・ブッキーを殺した男」「オープニング・ナイト」収録。特典はドキュメンタリーDVD「ジョン・カサヴェテスの影」。11月20日発売、19,950円、ハピネット。

asuhito Higuchi
7年生れ。映画批評のかたわら、ビデオ、D、単行本などを企画・製作する自主レーベルboidを主宰。主著に『映画とロックンロールにおいてアメリカと合衆国はいかに闘ったか』(青土社)など。ライヴ音楽用のセッティングによる上映を行なう「爆音上映」を東京・吉祥寺バウスシアターで不定期開催。http://www.boid-s.com/

Tuesday 15 September 16:00

今回、ニューヨークのファッションウィークで強く感じたのは、3.1 フィリップ リム、ロダルテ、フィー、それにジェイソン ウーやアレキサンダー ワンといったアメリカの新世代デザイナーたちによるコレクションが発するエネルギーと魅力だった。ジョゼフ・アルトゥザラの仕事もよかった。とても若いこのデザイナーは、パリ生れの中国系アメリカ人。マーク ジェイコブスとプロエンザ スクーラーで研修後、ジバンシィでリカルド・ティッシのアシスタントを務め、数シーズン後には自分のブランドを立ち上げた。それが2008年9月……まさにアメリカの景気後退が公になった週! 当然ながら彼の心理的ショックは大きかった。しかし決まったことはやるしかない!

初コレクションで、ジョゼフ・アルトゥザラが目指したのは、(若い女の子ではなく)大人の女性に似合う装い。ファッションが大好きで、人目につきたい。とはいえ、エキセントリックにはなりたくないし、ファッショニスタもいや、という女性が着る服をつくることだった。ひと言でいえば、彼のアイドルにしてミューズであるフランス版「ヴォーグ」の編集長、カリーヌ・ロワトフェルドに着せたい服ということ! そして成功した。経済危機に伴う予算の縮小は避けられなかったのに、買い手はやって来て、気に入り、買っていったのだから。不思議はない。というのも、買う欲望をかき立てるのがなにより難しいこの時期、買い手の選択は二つに分かれる。確かな価値を持つ有名ブランド品を買うか、または希少でオリジナリティがあり、強烈にクリエーティブで、ほかのブランドとの違いがはっきりしたブランドのものを買うか、どちらかなのだ。両方に少しずつ手を出す場合もある。イージーなのにクチュール感のある独自のスタイルを持つジョゼフ・アルトゥザラは、2番目のカテゴリーに入る。そんな背景もあって、初回と2回目、そして今回で3回目となる彼のコレクションはよく売れて、シーズンごとに売上げを伸ばしている。今や20店ほどのしっかりしたブティックが継続的に彼の服を扱っている。彼は前よりも大きなショールーム=スタジオに引っ越した。経理は母が管理し、ジバンシィで出会った女友達が販売とプレス担当を受け持つ。キャリアがこの段階までできて、ジョゼフ・アルトゥザラは、より快適な日常を過ごすために、大ブランドとのコラボレーションを仕事に加えることを模索している。同時に、自分なりのスタイルをさらに明確にし、売上げを安定させる道を探っている。

Tuesday 29 September 11:00

ヨーロッパの北端、アイスランドから来た彼は、まだ青年といっていいくらいだ。多面的なクリエーターで、美大時代の友人と結成したMoMというアイスランドのグループで活躍する一方、パリのエマニュエル・ペロタン・ギャラリーが拠点のオーストリアのアーティスト集団Gelitinと時々コラボレーションする。本名はややこしくて覚えにくいので、ムンディという名前にしたという。

'07年に家族の資金援助を多少受けて、自分のブランドをスタートした。メンズとレディス、どちらも色彩豊かでグラフィック、カットや細部に凝っていて、純粋なファッションというよりは芸術表現に近い。エネルギーと、ビジュアル的な衝撃に満ちた服だ。もっと外へ向かい、技術的に整理されれば、いつか完全に理解されるだろう。この若手デザイナーにとって難しいのは、芸術表現とファッションの間に最適な立ち位置をどうやって見つけるか(つくり出すか)だろう。だがうまくいくにちがいない。

なぜなら今の経済危機の時代は、ほとんど現実とは思えないほど厳しい状況を生んだが(特に人口30万人という小国であるアイスランドは、この危機によって壊滅的な打撃を受けた)、しかし同時に世界中で、人々はこれまでのあこがれや、夢、欲求を立て直す必要に迫られている。この先に出てくる新しい世界、新種のエモーションや欲望を持つ世界では、ムンディのようなクリエーター=アーティストの居場所がきっと見つかるはずだ。今までにない位置づけになるだろう。一種のニッチマーケティングで、これまでの服のように何百と売るのではなく、たとえばリトグラフみたいに、何十点かを売っていくのだ。

消費者たちがアートやモードの中に、自分たちの新たな夢、期待、要求、幸福を探り、見つけようとしている今だからこそ、才能ある若い二人を読者の皆さんに紹介することにした。将来どうなるかはまだ誰にもわからないが、彼らは私たちのために扉を開き、新たな展望を見せてくれる。

この二人のクリエーターは、未来のファッションを成功に導くための新基準をよく示していると感じた。つまり、理性とクリエーション+発想とエモーション。



#11 Joseph Altuzarra
Fashion Designer

ジョゼフ・アルトゥザラ / ファッションデザイナー
パリで生まれ育ち、アメリカでアートと建築を学んだ後、ニューヨークで研修。
パリでのジバンシィのアシスタントデザイナー時代を経て、再びニューヨークでブランドをスタート。
ニューヨークのウォーカー・ストリート120番地の彼のショールームで。



#12 Mundi
Fashion Designer

ムンディ / ファッションデザイナー
'87年アイスランド・レイキャヴィク生れ。グラフィックデザイナーとしてスタート。
友人とアートユニットMoMを結成し、アーティスト活動をする一方、ファッションブランドも手がける。ムンディは通称。
パリ10区、ピシャ通りにあるPR担当のジョジアンヌ・クリストフォリのショールームで。

Jean-Jacques Picart's
5 Un Café Avec...

ジャンジャック・ピカールの人物日記。Vol.5。

ニューヨークを皮切りに、ロンドン、ミラノ、そしてパリと、2010春夏四大コレクションを踏破したジャンジャック・ピカール。
そこでは必ず、若手デザイナーをチェックする。今回彼が注目したのはこの二人。
パリの薫りのするニューヨーカーのアルトゥザラと、パリの異端児、ムンディ。ベテランコンサルタントのチェックポイントは?

ジャンジャック・ピカール=文、写真
text & photographs : Jean-Jacques Picart / translation : Naoko Kasama

Jean-Jacques Picart
パリ在住のファッションコンサルタント。
の仕事といえば、セルッティの新しいク
ターのキャスティング、メンズとレディス
リエの再組織にかかわり、'10春夏より
ム・アンリがレディスのデザイナーに就
新生カルバンの立上げにも参加。オラ
ラエーで11月6日に開催されるメルセデ
ツ・オランダファッション・アワードの審
務める。また来年にマルセイユで開催
地中海モードメゾンのプロジェクトも継

 English text →P.162



REVERSE (row)
COW LEATHER AND NYLON BRIEFCASE ¥35,700 Ⓜ



BRAVO (MODENE)
INTERIOR FABRIC JACQUARD TOTE BAG ¥13,650 Ⓛ



BAGGY (row)
SHEEPSKIN SHOULDER BAG ¥34,650 Ⓜ

2009-10 AW COLLECTION HAS ARRIVED

A.I.P

エー・アイ・ピーの新作バッグコレクションで迎える秋冬。

オーセンティックなデザインと機能性を踏まえた素材使いで、ユースフルなバッグを提案するエー・アイ・ピー。この秋冬は落ち着いた色彩をベースにしたアイテムが登場する。その中の3つのラインからメンズとレディスを紹介。伊勢丹新宿店などで展開するメンズラインのロウは、ベーシックなフォルムにやわらかくなめしたシープやカウレザーを用いたシックなデザイン。レディスは、イタリアのファブリックを用いたモデナのシリーズから、ジャカードの花柄が美しいトートバッグ。ファムのシリーズから、レザーのフリル使いが印象的なアイテムをピックアップ。メンズ、レディスともに、スタイリングのアクセントとしても際立ち、さまざまなシチュエーションに対応する新作がそろった。



ONDA (FEMME)
SHEEPSKIN SHOULDER BAG ¥37,800 Ⓛ



BAMBINA (FEMME)
METALLIC GOAT SKIN HAND BAG ¥34,650 Ⓛ



FAGGIO (row)
SHEEPSKIN 3 WAY BAG ¥51,450 Ⓜ



DOLCE (MODENE)
INTERIOR FABRIC JACQUARD TOTE BAG ¥16,800 Ⓛ



FAGGIUS (row)
SHEEPSKIN AND COW LEATHER SHOULDER BAG ¥36,750 Ⓜ

ンズ、Ⓛ＝レディス。製品 すべてアン アメリカン イン パリス

BEAUTY FRAGRANCE GUIDE

新作フレグランス。香りとボトルの図鑑。

フローラルなローズやウッド、ハーブの新しい香りと、コンセプトを詰め込んだボトルデザイン。視覚でも味わいたい新作の香水。





COMME DES GARÇONS

英国ロンドンにあるコム デ ギャルソンがディレクションするショップ、ドーバー ストリート マーケットをイメージしたユニセックスの香水。シダーウッド、松のエキスなどクラシックな木の香りがベース。ショップのロゴマークを配したボトルデザインは川久保玲によるもの。「ドーバー ストリート マーケット」（コム デ ギャルソン・パルファム パルファム） 100mℓ、9,240円。コム デ ギャルソン、tel.03-3486-7611





KENZO

調香師フランソワ・ドマシーが2000年に発表した「フラワー バイ ケンゾー」。今回自身の手で花々とムスクの象徴的な香りをより前面に出し、ブラッシュアップさせたエサンシエル（フランス語で「本質的」の意）が登場した。細長いカーブを描く繊細なクリアボトルに一輪のポピーが描かれたデザインは、彫刻家のセルジュ・マンソーによる。「フラワー バイ ケンゾー オーデパルファム エサンシエル」25mℓ、7,350円。45mℓ、11,550円。75mℓ、13,650円。ケンゾーパルファム、tel.03-3263-9322



AYURA

昨年発売された「ナイトメディテーション」に続く、夜用コロンの第2弾。不規則な生活や精神的なプレッシャーなど、心と体のストレスを緩和し、就寝前の穏やかなひとときへと導く。アロマメディテーション効果のあるハーブ、乳香、菩提樹、檜などの伝統的な東洋の香りのミックス。「アユーラ ナイトハーモネーション」20mℓ、3,360円。アユーラ コミュニケーションスタジオ、tel.0120-090-030





CREED

1760年に英国ロンドンでフレグランスブランドとして誕生したクリード。厳選された原料とハンドメードを継承し、長い伝統の中でも名香といわれる、'48年発売のティーフラワーとブルガリアンローズの「フルール ドゥ テ ローズ ブルガリ」をレザーケースに。「クリード オードパルファム フルール ドゥ テ ローズ ブルガリ」50mℓ、30,450円。数量限定。伊勢丹新宿店にて先行発売中。11月4日より全国発売。ブルーベル・ジャパン、tel.03-5413-1070



DOLCE&GABBANA

ドメニコ・ドルチェとステファノ・ガッバーナの世界観を香りへと転換した香水「ザ・ワン」三部作のフィナーレを飾るオードパルファム。女優スカーレット・ヨハンソンをビジュアルイメージに起用し、女性特有の温かさ、ピュアさをブルガリアンローズの香りで表現。ピンクゴールドのキャップとボトル内側の曲線がロマンティック。「ローズ ザ・ワン オードパルファム」30mℓ、7,455円。50mℓ、10,815円。75mℓ、13,860円。ブルーベル・ジャパン、tel.03-5413-1070

GIVENCHY

「アンジュ デモン（天使と悪魔）」シリーズの新作。夜明けにさし込む淡い朝の光をイメージしたボトルは、光をさまざまな角度に反射し、宝石のようなファセットカットの多面体。ブロンドウッドとパチョリのベースノートにジャスミンティーがアクセントになり、甘さと強さが共存する。「アンジュ デモン シークレット オーデパルファム」30mℓ、7,875円。50mℓ、9,975円。パルファム ジバンシイ、tel.03-3264-3941



GUCCI

クリエーティブディレクター、フリーダ・ジャンニーニが現代によみがえらせたグッチの伝統的な「フローラ」プリントをイメージ。ローズと、中国原産の希少なオスマンサス（金木犀）を調香したフローラルな香り。ボトルは、ブラックのコントラストが効いた六角形。「フローラ バイ グッチ オードトワレ」30mℓ、7,875円。50mℓ、9,975円。75mℓ、12,810円。ブルーベル・ジャパン、tel.03-5413-1070



LANVIN

ジャンヌ・ランバンが音楽を好む娘にささげたという「アルページュ」シリーズから、取り外し可能なリボンチャームつきの限定品が発売に。ボトルには楽しげな音符や花が描かれ、ピンクグレープフルーツ、マンダリン、シトラスの柑橘系のフレッシュな香りが特徴。「エクラ・ドゥ・アルページュ リミティッド エディション オードパルファム」50mℓ、7,770円。ブルーベル・ジャパン、tel.03-5413-1070

photographs : Tohru Yuasa (B.P.B.)

fashion columns



#02 2010 S/S Preview Collection from Diesel Black Gold





上は、歯車をモチーフとした幾何学模様のブザムが特徴のコットンシャツ。44,100円。下左は、シャツ同様、幾何学的な模様のカッティングがインパクトのあるレザースニーカー。31,500円。右は、歯車とプロダクトの部品のような模様を浮かび上がらせた、タイダイのコットンTシャツ。10,290円。お問合せは、ディーゼル ジャパン、tel.0120-55-1978へ。

ディーゼル ブラック ゴールドの工業製品モチーフの新作。

18世紀後半イギリスで起こった産業革命をインスピレーションソースに、2010春夏シーズンのプレビューコレクションを発表した、ディーゼル ブラック ゴールド。テーマが示すとおり、建築製図や歯車のモチーフを多用し、メカニカルなグラフィックをワークウェアベースのクリエーションに投影する。メンズでは、レーザーカットで幾何学的な模様を描いたブザムが特徴のシャツ、歯車模様のタイダイのTシャツ、カッティングレザーのスニーカーなど、ハンドワークを駆使し、インディビジュアリティに富んだアイテムに注目したい。





#01 New Rouge from Chanel

シャネル、リップメークの革新。「ルージュ アリュール ラック」。

シャネルのシンボリックアイテムへと成長を遂げた口紅「アリュール」から、"もう一つのアリュール"としてクリームラッカーのライン「ルージュ アリュール ラック」が誕生した。ココ・シャネルの世界が凝縮されたパリのアパルトマンに置かれていた、コロマンデル屏風のつややかな漆塗りからインスピレーションを得て、リップの特徴であるしっかりとした色づきとグロス特有のつや感を融合したニュータイプのリキッドリップ。つやのある輝きによって色の鮮やかさと深みを増したセンシュアルなカラーレンジで登場。

中国の漆器からヒントを得たという「ルージュ アリュール ラック」のカラーバリエーションは全8色。右上から、72 コロマンデル、73 アンペリアル、74 ディナスティ、75 ドラゴン、76 ミン、77 サンタル、78 フェニックス、79 マンダラン。「ルージュ アリュール ラック」各4,305円。10月30日発売。お問合せは、シャネル カスタマー・ケア・センター、tel.0120-52-5519へ。

#03 Wedge Sandals from Louis Vuitton



デニム地に、モノグラムのエンブロイダリーを施したウェッジソールのエスパドリーユ。ブランドのアイコンをハンドワークで表現し、クリーンなホワイトカラーで統一。セクシーかつノーブルなリゾートアイテムとなっている。ストラップやエッジにはパテントレザーを使用。ヒールは7.5センチ。66,150円。お問合せは、ルイ・ヴィトン ジャパン、tel.03-3478-2100へ。

ルイ・ヴィトン、10クルーズの新作シューズ。

ルイ・ヴィトンの2010クルーズコレクションは、「フレンチ・コケティッシュ」がテーマ。マリーンやサファリテーストを、マーク・ジェイコブスらしいモダンな解釈で昇華したクリエーションには、海軍のユニフォームのストライプを活いたマイクロミニのドレス、レザーのサファリジャケットなど、フェミニンかつパワフルなデザインが並ぶ。ゴールドやブラックのスパングルを施したオープンヒールのハイブーツや、写真のモノグラムを刺繍したウェッジソールのエスパドリーユなど、アクセサリーにもセンシュアルなアイテムがそろっている。

photographs : Tohru Yuasa (B.P.B.)

#04 Phoebe Philo First Collection from Celine



セリーヌ、フィービー・フィロの初コレクションを発表。

'08年、セリーヌのクリエーティブディレクターに就任したフィービー・フィロ。その初めてのコレクションが、'09-'10クルーズ スプリングから展開される。シルバーのラペルが特徴的なタキシードジャケット、袖がラムスキンのフェルトウールジャケット、メタルヒールのバイカラーサンダルなど、モダンでセンシティブなアイテムがそろう。シンプルなプロポーションに内在する新鮮なセンスが、フィービーのクリエーションの存在感を示し、今後の新生セリーヌに期待が高まるラインナップとなっている。







上 ラベルがサテンのタキシードジャケット。325,500円。下左 ラムスキンのサンダル。115,500円。中 レザーのトートバッグ。210,000円。右 袖がラムスキンのフェルトウールジャケット。330,750円。日本では、11月14日より、セリーヌONE表参道とセリーヌ銀座ブティックにて展開。お問合せは、セリーヌ ジャパン、tel.03-5414-1401へ。





上 新鮮なカラーリングが特徴の羊革ベースのバッグ。「CITY」H38×24×14センチ、183,750円。中 上と同素材のトートタイプ。「SUNDAY」H39×30×26センチ、154,350円。内側にグリーンを配し、カラフルな印象を際立たせるフラットシューズ。「BALLERINE」57,750円。お問合せは、バレンシアガ ジャパン、tel.03-5621-7811へ。

#05 Multi Color Bag from Balenciaga



バレンシアガのアイコンバッグに、マルチカラーのシリーズが登場。

バレンシアガより、新作バッグを中心とした'10春夏ホリデーコレクションが発表された。ビンテージ加工のスタッズとグラフィカルな切替えを特徴とした定番のアリーナクラシックのフォルムをベースに、レッド、イエロー、ブルーなどレゴブロックのようなポップなカラーリングを施したレザーを部分的に使用。バッグはスクエアやトートなど、フォルムとカラーリングの違う6種のバリエーションがそろうほか、ウォレットやブレスレットなどの小物も充実。コーディネートにビビッドなアクセントを加える。

#06 Photo Book & DVD Box from Hedi Slimane

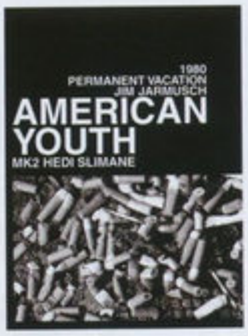


©Y.R

各DVDのパッケージには、エディが撮影した写真を使用。DVDには、マーティン・スコセッシの「ドアをノックするのは誰?」やラリー・クラークの「ワサップ!」などもある。「AMERICAN YOUTH」2500部限定で11月18日世界同時発売。149ユーロ。発売は、Amazon.comおよびフランスの映画情報サイトMK2のホームページ(http://www.mk2.com/)にて。

エディ・スリマンがセレクトしたDVDと最新写真集のセット。

エディ・スリマンの写真集とDVDのボックスセットが発売される。昨年、発売された写真集『ROCK DIARY』以来のスペシャルセットは、「AMERICAN YOUTH」と題され、ロサンジェルスのユースカルチャーを撮り下ろした、最新の写真を中心に構成。注目は、'50年代アメリカのカウンターカルチャーに焦点を当て、エディがセレクトした10本の映画のDVDが同梱されていること。ジム・ジャームッシュの「パーマネント・バケーション」をはじめ、サブカルチャーの教本となるようなセレクトがエディらしい。







Isetan Men's Tom Ford











トム フォードのショップが伊勢丹メンズ館にオープン。

国内では2店舗目となる、トム フォードのショップインショップが、伊勢丹新宿店メンズ館にオープンした。グレーとディープブラウンが基調の店内には黒檀の家具やリアルファーのフロアマットなどを配し、トム フォードらしい重厚な空間。メンズウェアのフルラインコレクションをはじめ、オーダーメードサービス、フレグランスやアイウェアなど、フルラインがそろい、ハイクオリティかつラグジュリーなトムの世界観を堪能できるショップになっている。

写真右3点は、ショップの内部。左は、展開中のラゲージシリーズ。軍用のテントなどに使用する大型のジッパーを使用している。上のトートタイプは、H46×W42×D24センチ。下のボストンタイプは、H33×W72×D19センチ。共にカーフスキン、588,000円。東京都新宿区新宿3の14の1 伊勢丹新宿店メンズ館5階 tel.03-3352-1111 10時～20時営業 不定休







Opening Ceremony Tokyo



渋谷の西武モヴィーダ館がまるごとニューヨーク発信のセレクトショップに。

キャロル・リムとウンベルト・レオンは、9・11の翌年、マンハッタンにセレクトショップ「オープニングセレモニー」を開いた。原点は香港を旅行したときに見たショッピングの光景。ハイブランドにもチープなものにも人々が興奮する様子を見て、こんな店をと決意。ハイとローをバランスよくミックスする感覚をバイイングで実践した。日本、スウェーデン、アルゼンチンなど毎年一つの国に注目して新しいブランドを発掘し新たなネットワークをつくってきた。その成果を見ることも楽しみだ。ニューヨーク発のアレキサンダー ワン、バンド オブ アウトサイダーズなどの充実したラインナップのほか、世界中からのセレクトアイテムが充実している。オープニングセレモニーのオリジナルも要チェックである。

写真右は、CEOのキャロル。左は、クリエーティブディレクターのウンベルト。8フロアを使い、フロアごとにイメージを変え、テーマパークのように楽しい空間に。地下1階にはコーヒーショップとレストランで構成された新しい食の空間も。東京都渋谷区宇田川町21の1 西武渋谷店モヴィーダ館 tel.03-5456-4540 10時～20時(木曜～土曜は21時)営業 不定休 http://www.openingceremony.us

photographs:Norifumi Fukuda(B.P.B.)(Still Life)







Black Fleece by Brooks Brothers Omotesando Hills

世界2店舗目の、ブラック フリース バイ ブルックス ブラザーズの独立型店舗。

秋冬コレクションでは、1950年代から'60年代のカレッジスタイルを表現したブラック フリース バイ ブルックス ブラザーズ。その独立型店舗がニューヨークに続き、東京・表参道ヒルズに誕生した。ウッディで洗練されたクラシカルな雰囲気の店内には、デザイナーのトム・ブラウンが手がけるメンズやレディスのウェア、アクセサリーなどが並ぶ。

左は、ショップの内部と入り口。店内はブランドの製品がフルラインナップ。右は、秋冬のアクセサリー。上から、牛革のドキュメントケース、236,250円。カーフのショートブーツ、126,000円。コードバンのアンクルブーツ、115,500円。ブラック フリース バイ ブルックス ブラザーズ 表参道ヒルズ店 東京都渋谷区神宮前4の12の10 表参道ヒルズ本館1階 tel.03-6438-1332 11時～21時(日曜は20時)営業 不定休













Burberry Omotesando

バーバリー表参道がリニューアルオープン。

バーバリー表参道が9月5日にリニューアルオープンした。2フロア、550平方メートルからなるショップのデザインは、クリエーティブディレクター、クリストファー・ベイリーによるもの。ヘリンボーンをモチーフにしたフロア、トレンチコートのベージュトーンを投影した絵画など、インテリアにもバーバリーらしいアイディアが随所に見られる。

写真上3点は、ショップ内部と外観。コレクションラインのバーバリー プローサムをはじめ、トレンチコートをそろえたスペース、レザーグッズやフレグランスなど、フルコレクションを扱う。右は、バーバリー プローサムのレディスの新作。ツイードのトレンチコート、304,500円。東京都渋谷区神宮前5の8の2 tel.03-5778-7891 11時～20時営業 不定休



リック オウエンスの世界観を体現する待望の空間。

グランジとエレガンスの融合した服作りを続けるリック オウエンス。そのショップが東京・南青山にオープンした。リック自身がディレクションした、コンクリートやミラーを用いた空間にドレープの美しいカットソーや独特なデニムから得意のレザーや毛皮、家具まで、すべてのラインがそろう。リックがセレクトした本やCD、DVDも置かれる。

根津美術館近くの隠れ家的なショップ(写真下2点)。右上は、レザージャケット、268,800円。下は、リックの特集を掲[illegible]た「SOME/THINGS MAGAZINE」8,610円。下段のDVDは左[illegible]「BOOM!」6,300円、「禁じられた情事の森」2,520円、「サ[illegible]150円[illegible]都港区南青山6の5の55 tel.03-6805-0036 12時[illegible]営業 不定休











Rick Owens Tokyo Store



Uniqlo Ginza

ユニクロ銀座店のリニューアルオープン。

ユニクロ銀座店が、フロアを拡張してリニューアルオープンした。従来の店舗をウィメンズ館、隣接するビルの増床部をメンズ館として、それぞれ5フロア、3フロアからなる。注目は、デザイナーのジル・サンダーが手がける「+J」のスペース。ジルのクリエーションとユニクロのパフォーマンススキルが融合した革新のプロジェクトが体感できる。

右の写真は、銀座店の外観と内部。店舗は銀座通りに面し、すずらん通りからもアクセスできる。セットアップ、カシミヤコレクションなど、フロアごとにエリアが分かれ、+Jだけでなく、新展開のシューズエリアなど、フルラインがそろう。東京都中央区銀座5の7の7 tel.03-3569-6781 11時〜21時(土曜・日曜・祝日10時〜21時)営業 無休









Nowhere HK

NIGO®と高橋盾が手がける伝説のショップが香港にオープン。

ア ベイシング エイプ®のNIGO®とアンダーカバーの高橋盾が、約16年前に手がけた伝説のショップ、ノーウェア。'09年1月、ロンドンのドーバー ストリート マーケットに期間限定で復活し話題となった。そのショップが香港に場所を移し、9月26日にオープン。当時を再現した店内は、NIGO®と高橋のブランドLAST ORGY 2や、高橋と藤原ヒロシが手がけるブランドのAFFA、アンダーカバーなどが並ぶ。

下の写真は、ショップの入り口と内部。入り口は、当時のショップを忠実に再現。1フロアの店内は、金網で仕切られたシンプルな構成。左上は、LAST ORGY 2のTシャツ、699HKドル。下は、アッパーにベイプ®のオリジナルのカモフラージュ柄を使ったスニーカー、2,699HKドル。ノーウェア HK G/F, Sea Bird House, 28 Wyndham Street, Central, Hong Kong tel.852-2537-5521









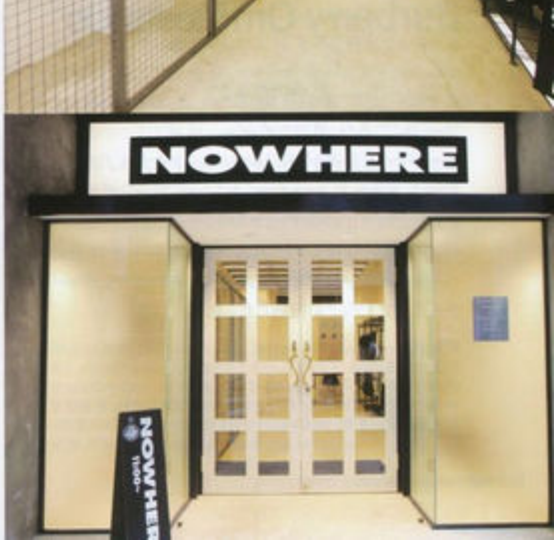
Tila March Aoyama Flagship Boutique

パリ発ハンドバッグブランドの世界初旗艦店がオープン。

ファッションエディターのタマラ・タイシュマンとパートナーのニコラ・ベルデュゴが、'06年にスタートさせたブランド、ティラ マーチ。シンプルでシックなフォルムのバッグには、彼女たちの"本当に上質なものを追求する"という哲学が託されている。そして、このブランドの世界初のショップが青山に誕生した。タマラの自宅を再現したという店内は、パリのアパルトマンを思わせる温かみある空間だ。

左の写真は、ショップの内部とエントランス。白を基調とした店内には、メーンのハンドバッグをはじめ、ウォレットやシューズなど、多彩なアクセサリー類も並ぶ。写真左上は、今シーズンの新作。スエードのショルダーバッグ、47,250円。ニーハイブーツ、89,250円。東京都港区南青山5の5の25 T-Place A-102 tel.03-5778-3670 無休

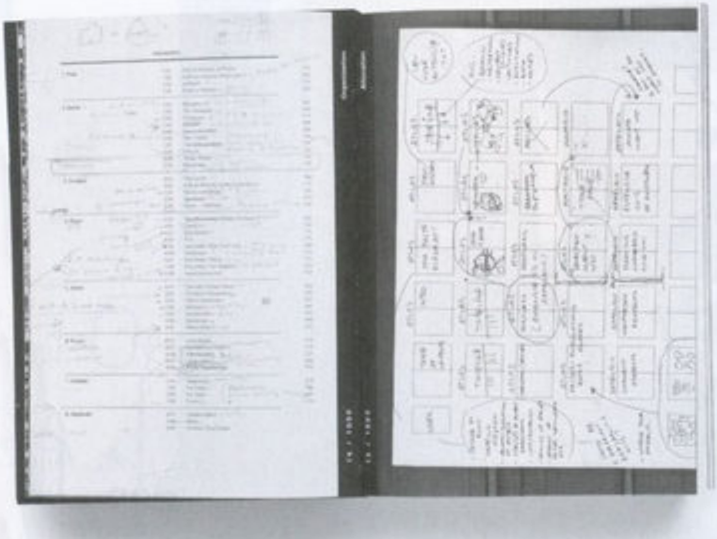




IT IS WHAT IT IS ARTIST'S INTERVIEW











デザインとは、1000ページの総体である。

デザイナーの仕事を理解するというのは、どういうことだろうか。たとえば、展覧会のポスターを見て、写真や絵を配置し、文字のフォントや色を決め、レイアウトをしているとわかっても、それだけからデザイナーの考え方や特徴を読み取るのは難しい。デザインの要はむしろ目に見えない作業にあるのではないか。

今や、世界的にあらゆるデザイン領域でエキサイティングな仕事を展開している、ニューヨークのデザイン集団ツーバイフォーにしても、全容がつかみにくいと思っていたところ、それを解決してくれるような画期的な本が出版された。結成15周年にあたって彼ら自身が編集した1000ページからなる本自体が、ツーバイフォーとは何か？ デザインとは何か？ という疑問への的確な回答となっている。

「この本をつくったのは、デザインのプロセスを見せたかったからです。デザインの完成品は目にしてもらえますが、なかなか目に触れる機会のない、完成に至るまでのプロセスを見てもらうための本です。プロセスごとの構成になっていて、仕事が順に追っていけるようになっています。初めの計画段階では、契約書があったり、スケジュール帳、予算の計算までのぞくことができます。次に戦略を立て、マーケットリサーチをします。アイデンティティやロジックを練り上げるための資料を集め、スケッチを描いて、プロトタイプができたら、プレゼンテーションです。その時不採用になったアイデアも載せています。それからインスタレーションのプランニングや建て込みなど、制作過程の写真があり、雑誌やカタログのレイアウトもあります。完成したデザインが世の中に出た後の姿にも、ページを割きました」と、創立時からのメンバーのスーザンとジョジアンナは説明する。プラダやナイキ、MoMAをはじめ、今までに手がけた膨大な仕事から、アトランダムに抜粋した1000ページのビジュアルを壁一面に展示したエキシビションも東京で開催。デザインについて一考する機会となった。



Susan Sellers, Georgianna Stout, Hunter Tura

2×4

ツーバイフォーの
仕事の全貌を公開した展覧会と本。

東京・表参道のギャラリー、EYE of GYREで10月18日まで、デザイン事務所2×4の日本初の展覧会が開かれた。完成したばかりの1000ページに及ぶ本と、その全ページの展示という簡潔なエキシビション。そのねらいは?

ツーバイフォー
2×4という建築工法を事務所名にした、このデザイン事務所は、'94年に、マイケル・ロックとスーザン・セラーズ(写真左、EYE of GYREで)によってニューヨークに設立された。そこにジョジアンナ・スタウト(写真右)が加わり、3人をメーンスタッフに活動を続けている。プラダ、MTV、ナイキ、MoMA、ヴィトラ、MALIN+GOETZ、レ[illegible]ールハース/OMAなどの仕事を手がけ[illegible]CTV(中国中[illegible])のインフォ[illegible]ション[illegible]ムの[illegible]ンなど、[illegible]にかかわる視覚的[illegible]デザイン[illegible]得意とする。[illegible]には、クーパー・ヒューイット国立デザイン[illegible]館のナショナル・デザイン・アワードを受賞。写真中央は、マネージングディレクター、ハンター・テューラ。

『IT IS WHAT IT IS』
表参道にあるジャイルのギャラリー、EYE [illegible] GYREで開催された展覧会と同時に、発[illegible]された同名の本。展覧会では、本のすべ[illegible]のページ[illegible]掲示[illegible]上の写真は、本から[illegible]抜き、下左[illegible]らのスケジュール[illegible]の1ペ[illegible]ジ、グラフィック、会場構成、エディトリアル[illegible]ど、[illegible]広い[illegible]れ[illegible]載されてい[illegible]ビジュアルの種類も多彩で、デザインに[illegible]心のある人には必見の書といえる。4,500[illegible]詳しくは、http://[illegible]

後藤繁雄 × サンテリ・トゥオリ

Shigeo Goto meets… Santeri Tuori

後藤繁雄の非定型対談 27

サンテリ・トゥオリは、フィンランドの映像作家だ。
動画とスチール写真を組み合わせ、
見る者を時間の経過につきあわせるような、
不思議な違和感のある映像作品をつくる。
東京での滞在制作を経て、今年9月に東京・表参道の
スパイラルホールガーデンで、新作展を開催した。

鈴木 親=写真
photographs : Chikashi Suzuki / translation : Tomoko Araki




転いたしましたので
ますようお願い申し
敬具
山3-10-7
ス2A
2(代)
ベル
Peak Performance

ヘルシンキの森の映像と、そして作家が、東京の僕たちに伝えたもの。

後藤繁雄＝文
text / Shigeo Goto

僕がコンテンポラリーアートに[illegible]ど
く惹かれ続けているのは、そこには、[illegible]
のどんなモノよりも「来るべきもの」の予兆・予感が「あらわ」にされているからだ。すぐコトバに転換できないモノに出会った時、人は感動したり、不安になったり、つまり、生々しい感情に襲われる。すぐに役になんか立たないのに、都市にはたくさんのギャラリーがあり、人

妙で、水晶の前に座った占い師のところへ行くのに似ている感じさえする。僕はコンテンポラリーアートの中でも、「写真」を使うモノにとりわけ惹かれていて、写真を撮ったり、買ったりして手に入れることは、イメージがわき出す「鏡」を手に入れることだな、と思ったりもする。

そう、魔法の鏡。

なぜこんな書出しをするのかというと、サンテリ・トゥオリというフィンランド・ヘルシンキ在住のアーティストの作品に出会った時のことを伝えたいからだ。それは、今年の春のことだった。6月に東京・銀座の資生堂ギャラリーで行なわれ

合せのために、僕は、まだ雪の残るヘルシンキへ行ったのだった。

ヘルシンキ・スクールという名称はまだ聞き慣れないかもしれないが、覚えておいてほしい。ドイツのデュッセルドルフの美術アカデミー（トマス・ルフが教授）が輩出する写真家たちは、世紀末から新世紀にかけてのアートマーケットの台風の目だった（彼らが手法とするのはタイポロジー、類型への注目だった）。杉本博司も含め、写真がアートマーケットで異常なくらい高値で扱われるようになった。

そんな流れの一方で、自然やアブストラクト、「写真機を使って、どんなアート

新たな写真の動きが始まっていた。その拠点が北方、ヘルシンキの芸術デザイン大学だった。多くがアニミスティックな力をエネルギー波にしたものであり、僕は、それらが実にローカルでありながら、地球時代の重要なメッセージを発しているのだと感じ、写真展の企画を提案したいと思った。

氷山を瞑想的なまでに撮るティーナ・イトコネンや、青森でレジデンスをしたこともあるサンドラ・カンタネン、ピョークそっくりのスサンナ・マユリ、記憶の物語を写真化する美少女アンニ・レッパラ。そして、光をテーマにアブストラ









上の写真は、9月9日から27日まで、東京・表参道のスパイラルホールガーデンで開催されたサンテリ・トゥオリ展「命のすみか—森、赤いシャツ、東京」より。会場のあちこちに、プロジェクターが動きを与えた幻想的な森の写真が並び壮観だった。窓をすべて作品で覆った会場の様子。撮影 M.HASUI 中段は、フィンランドの離島で3年をかけて撮影した最新作「Forest」（'09）。下段右は、静止画と動画を重ね合わせる代表的な手法に至った作品「Posing Time」（'03）。下段左は、子どもが懸命に赤いシャツを着ようとする動きを、独特な動きと静止画で映像に仕上げた代表作「Red Shirt」（'03）。左ページは、9月8日の展覧会オープニングパーティでのトゥオリと後藤繁雄（左）。

アの個展は今年6月にG/P galleryで行

なった）。ヘルシンキ・スクールのプロフェッサー、ディレクターであるティモシー・パーソンズと僕が選んだアーティストは結果的に、全員女性だった。

彼女たちとのミーティングとインタビューを終え、帰国の直前、ヘルシンキ駅前の現代美術館（Kiasma）の隣にあるギャラリー・アンハヴァへ立ち寄った。そこでは、ちょうど、ヘルシンキ・スクールの第一世代にあたる写真家ヨルマ・プラネンの花の新作展が行なわれていた（なんと嬉しかったことか!!）。その時、女性ギャラリストとして名を馳せているアンハヴァはにこやかに、しかし、きっぱりと言った。「今、エスポーの現代美術館（EMMA）でやっている展覧会は素晴らしい。絶対に行くべきです」と。彼女がつき出した図録には、ただひたすら森の樹木が写されていた。

タクシーをひろいEMMAへ。それは街の中心から少し離れたところにある現代美術館で、着くと、エンツォ・クッキと、その未知の作家の展覧会が同時開催されていた。作家の名は、サンテリ・トゥオリ。ひと気のない広い美術館の中をさまようと、奥に真っ黒な壁面の一角があり、「その作品」はあった。ブースがいくつもに区切られていて、その一つに入ってみると、四方の壁いっぱいに、ゆらぎ、動き続ける森の映像があった。しばらく見ているうちに、それが、写真とプロジェクションを組み合わせたものであり、映されたものは、古典的モチーフといってよい樹木であるにもかかわらず、自分自身が、異様な感情にとらえられていることに、ひどく驚いたのだ。コンテンポラリーアートが、「新しい表現の不可能性」の壁で苦悶している時に、このような可能性があろうとは…。

そのあとすぐに、トゥオリの展覧会が秋に東京で開催されることを知り、ぜひ会いたいと思った。何なのだろう、この不思議な感情は。

後藤（以下G）（トゥオリのポートフォ

「Blind City」（1

999）という初期のシリーズは、街を撮った写真ですが、奇妙な印象です。どうやって撮ったのですか？

サンテリ（以下S） 盲目の男性に協力してもらい、彼にとって大切な場所、仕事へ行く途中の細部を、よく覚えている場所を撮ったんです。展示には歩いている時に録った音がついています。

G なるほど。ビジブルとインビジブルの関係。それは、後に手がけることになるポートレート作品においても、もっとテーマになってくるわけですね。

S そのとおりです。

G ドイツへ留学した時は、写真を勉強したんですか？

S 弁護士になるため、法律を勉強するかたわら、劇団の写真や、新聞の写真を撮っていました。趣味と実益を兼ねてね。でも、やってるうちに写真の仕事が増え、それでヘルシンキの美大を受験したんです。法律の勉強は、非常に作品に影響しています。とりわけ、警察や牢獄の写真の歴史です。犯罪者の肖像。なぜそれらの写真が撮られるようになり、見る人にどんな影響を与えるのか。写真家になる前に、みんな勉強したほうがいいと思ったくらいです（笑）。

G あなたの、写真と動画を組み合わせた人物作品は、シャルコーが精神病院で撮った写真と似ていると思いました。知っていますよね。

S はい。あれらの写真を意識してはいないけれど、影響されているとは思います。モデルにスタジオに来てもらい、私は他の部屋のケーブルで繋がったカメラの先にいるんです。撮影は1時間ほどかけ、2秒ごとに1枚で写真を撮り続けます。2000枚ぐらいでしょうか。それをスチールとビデオインスタレーションの二つのバージョンで発表するんです。スチール写真によるアニメーションですが、そのことがわかった次の瞬間には、写真が変わるので、絶対に凝視できない。私の初期作品は、ポートレート写真には何ができ、何ができないかという問いだ

G 「意識〈コンシャス〉」と「無意識〈アンコンシャス〉」の問題ですね。精神分析とシュルレアリスムへつながる問題です。ところで、ドイツでは犯罪学でタイポロジー（類型）が発達しましたよね。直接的ではないにしても、アウグスト・ザンダーも、近年の（ベルント&ヒラ・）ベッヒャーたちにも影を落としているでしょう？

S 私は、タイポロジーは信じていません。'34年ごろ書かれた、警察官の教科書があります。「こういうタイプの人は、こういう犯罪を起こしやすい」と書いてあり、信じられなかった。写真というのは、それ自体から発せられるものもあるけれど、見る側が与え、写し出されているものがあるんじゃないかと。

G 人間を撮っていたのに、森へ移行したのはどうしてですか？

S 歴史上、ポートレートとランドスケープは二大テーマですよね。この森の作品は3年かかりました。森を見るというより、見ることで自分に気がつく。見る人は皆、森が生きている感じがするでしょう。人が森を見ているのではなく、森が人を見ているという感覚を起こさせ、最終的には、自分を見ることになるのだと思います。

G それはまさにEMMAで僕が体験したことです。見ているうちに、非常に自然のデモーニッシュな力を実感する、今までにない体験でした。

S いや、私も最初わからず、実際にでき上がってみたら、自分にとって新しいものでした。

G 日本には、アニミズムから発達した「神道」という固有の宗教があるんですが、それは、人格神じゃなくて、人間を超えた自然の力への畏敬からくるスピリチュアリティなんです。それに等しい感じをひきおこします。

S 私たちには、この世界で、気がついていないものがたくさんあると思う。この森の映像は、とても制御できないもの、アンコントローラブルなものがあることを、私に教えてくれました。自然という気づかれていない力をおびているんです。

G 現代アートは、あらかじめ明確なコンセプトを決めてつくることが多いと思いますが、そのアプローチとは真逆といっていいものですね。とても重要な創造の回路だと思う。

S この森は、ヘルシンキから6、7時間の離島にあります。人が行かない場所で、迷わないようにするために、自分で地図をつくったりもしていました。最初は、たくさん撮っていたんですが、撮りたいと思っていたものが見つからず、思っていなかったものに気がついて、ついには、いつも何が起こるかわからないようなかたちで撮るようになった（笑）。だから、いつどこで、どうして撮ったのかさえ思い出せないことになってしまっているんです（笑）。

インタビュー時（5月）、彼は東京にレジデンスしていて、東京の交差点にカメラを据えたり、小学校の校庭で起こることを定点観測しているのだと言った。

アートにできないことは何だろう？ トゥオリと話しながら、そのことを考える。きっと「未知」に向かう力を身につけなくてはならないのだ。意味や分析は、「事後的」にやってきてしまう。だから、やはり「未知」なのだ。リスクはあるが、しかしそのことが正しい。森の映像は、これからも見るたびに、そのことを想起させてくれるに違いない。



Shigeo Goto
編集者、クリエーティブディレクター、京都造形芸術大学教授。アートブック、写真集の編集を手がけるほか、精力的にアーティストインタビューを行なう。東京・恵比寿の写真とグラフィック専門のギャラリーG/P gallery（http://www.gptokyo.jp）のディレクター。11月には昨年に引き続き、Paris Photo 2009に出展する。著書多数。近著に『デザインの未来』（ピエ・ブックス）、『アートを始めるまえにやっておくべきこと』（椿昇共著・光村推古書院）など。

Santeri Tuori
映像作家。'70年フィンランド・エスポー生れ。法律を学んだ後、ベルリン芸術大学留学を経て'03年ヘルシンキ芸術デザイン大学大学院を修了。弁護士資格を持つ。作品には、盲目の男性が音によって認識する場所を撮影し、音とともに展示した「Blind City」（'99）や、作家不在の部屋にいる人物を2秒ごとに1時間撮影し、静止画を並べた「Julia」（'01）など。自然と人物を題材に、静止画と動画の中間のような作品で注目される。作品集に「Posing Time」ほかがある。

Emmanuel Perrotin gallery in Paris. He chose the pseudonym Mundi since his real name is too complicated for most people to remember.
In 2007 he launched his own brand in Paris financed with a little money from his family. His collections, both men's and women's, are colorful, graphic, detailed, looking more like an artistic expression rather than something purely about fashion. His fashion is all about energy and visual shocks. It always demands to be evidently exteriorized, only to be perfectly understood some time in the future. The difficulty for this young designer is to find (or to create) the right place between a purely artistic expression and a collection of clothes. He certainly will get where he wants to go. This period of economical and financial crisis has created an unbearable situation, almost a surrealistic one (especially in Iceland, a small country of 300,000 inhabitants that has effectively gone bankrupt), but at the same time this crisis is forcing the entire world to reevaluate everything according to our own genuine aspirations, dreams and desires. In this new world of the future, in this new universe of emotions and desires, a designer-artist like Mundi can find his place, a place which has never been seen, a niche marketing in which his creations won't be selling by the hundreds, but like lithographs for example, with just a dozen or so rare pieces.

At the moment in which the consumers certainly need to rediscover and redefine the ties between art and fashion, their new dreams, their new expectations, their new needs and their new happiness, I wanted to introduce to you these two new talents whose futures nobody can yet guarantee at this date, since they are opening new doors, offering us new horizons.

These two creators to me seemed to best illustrate the new bases for the future success of fashion:
"Reason and creation + invention and emotion."

Dialogue between **Shigeo Goto and Santeri Tuori**
What the Images of a Forest in Helsinki and Its Creator Conveyed to Us in Tokyo

text: Shigeo Goto / translation: Yumiko Fukai (Nest)

from page 158

Many people wander into city galleries hoping to find some sort of instant remedy to no avail. It is quite a strange behavior, almost like visiting a crystal gazer. But when you encounter something that cannot be converted easily into words, you sense yourself overwhelmed by vivid feelings. Typically, you become touched or anxious. I keep gravitating toward contemporary art because in it I find signs and premonitions of what is to come more than anywhere else. I am allured especially by art forms that use photography. Obtaining photographs either by shooting or buying them is like acquiring a mirror. Through the looking glass images flow. Yes, it is a magic mirror, indeed.

I started out my writing like this because I'm about to talk about the time I encountered the works of an artist by the name of Santeri Tuori. He lives in Helsinki, and I met him there this spring. There was still snow on the streets then. I was in Finland to prepare for the Helsinki School Photography Exhibition to be held at the Shiseido Gallery in June.

You may not be familiar with the term "Helsinki School," but it's one you should remember. It is a new movement in photography that deals with nature and abstracts. Their objective is to find out what kind of art they can make using photographic apparatus. The end of the last century and beginning of the new brought onto the art market photographers taught by Thomas Ruff at the Düsseldorf Art Academy, Germany. They were like a "typhoon..." (Their method focused on typology.) Soon, photographs including those by Hiroshi Sugimoto started being traded at extremely high prices. This is when the Helsinki School movement began in the north at an art university in Helsinki. Many of the works created there turned animistic power into an energy wave. I felt that they were emitting an important message both locally and globally, and wished to plan an exhibition.

I chose artists for the show with professor/director of Helsinki School Timothy Persons, and all of them turned out to be women. Tiina Itkonen shot icebergs in a meditative manner. Sandra Kantanen had experienced residency in Aomori. Susanna Majuri reminded me very much of Björk, and beautiful Anni Leppälä turned memories into photographs. Finally, Ea Vasko created abstract photographs with light as her motif. (Her solo exhibit was held at G/P Gallery this June which I direct.)

Upon completing meetings and interviews with the photographers, I stopped in at Galerie Anhava. The gallery is situated next to the Kiasma (Helsinki Museum of Contemporary Art) in front of Helsinki station, and is run by famed female gallery owner Anhava. New works by Jorma Puranen was being shown there. Puranen is one of the first generation Helsinki School members and her pictures of flowers were so beautiful. Anhava smiled at me and said with determination that I must go to the exhibit being held at EMMA (Espoo Museum of Modern Art) now. It is just so wonderful I shouldn't miss it. She shoved a catalog into my hands. Everything in the book was trees and forests.

I took a taxi to EMMA. The modern arts center was situated just outside the city. Two exhibitions were being held, one by Enzo Cucchi and another by the artist in question. His name was Santeri Tuori.

I wandered through the vast, empty museum. At the end of the room was a space with black walls, and there I saw the piece. I entered one of several booths and found that every wall was covered with images of a swaying, moving forest. After a while I realized that it was a combination of still picture and projection. The motif — the trees — was so classic. Yet I was very surprised to find that I was experiencing an extraordinary feeling. I was witnessing a totally new possibility of contemporary art just when everyone was running up against a wall of the impossibility of new expression.

I learned right afterward that Tuori's Tokyo exhibition was being planned for this fall and I had an urge to meet him. It was really strange — why was I feeling this way?

Goto (G): (Looking at Tuori's portfolio) Your early series of work called "Blind City"... they were taken in the streets. They give me an unusual impression and I wonder why. How did you take them?

Tuori (T): I had a blind man help me for those. He took me to places that are important to him, like his route to work. We walked about the places he knows very well. At the exhibition, the photographs are shown along with the sounds recorded as we shot.

G: I see. So it was a relationship between visible and invisible. And that leads to your portrait pieces later on.

T: That's right.

G: When you were in Germany, did you study photography?

T: I went there originally to become an attorney. While studying law, I took pictures for theatrical groups and newspapers. It was both for business and pleasure. Soon I began to get more and more photographic jobs, so I tried out for the Art and Design University Helsinki. Law study has largely influenced my photographs, especially the history of police and prison pictures — why mug shots were taken, and how they influenced the people who looked at them. I even feel that all photographers should study law before becoming professional.

G: The way you combined still portraits with moving pictures reminded me of the photographs taken by Carcot at a mental institution. You are familiar with those, aren't you?

T: Yes. I wasn't especially conscious of them, but I admit I've had some influence. I had my models come to the studio, left them there with the camera, and went into an adjacent room. Then, using a long cable, I took pictures every other second for about an hour, ending up with about 2,000 pictures per model. I then made them public in two different forms, one as regular still photos and the other as a video installation. The installation is an animation made from still pictures, but by the time the viewer becomes aware of the fact, the picture has long gone on to a new one, so it would be impossible to stare into a particular shot. My early work was like a question asking what portrait photography can and cannot do.

G: So it was a matter of consciousness and unconsciousness, I suppose, which would lead to psychoanalysis and surrealism. Now, I understand the study of typology developed in the field of criminology in Germany. It has given an influence, if not directly, to people like August Sander and (Bernd and Hilla) Becher, hasn't it?

T: I don't believe in typology myself. I've read a police textbook published around 1934. It gave descriptions of which types of people tend to commit which kinds of crimes. I didn't believe all that. Photographs do emit a certain amount of information, but I think there are things that the viewer contributes, too.

G: You stopped shooting humans and moved to the forests. Why is that?

T: Well, you know that throughout history, the two most important themes for photography were portraits and landscapes. It took me three years to make this forest piece. I did not wish for the viewers to look at the forest. I hoped that people would, while looking at the trees, recognize who they are. People are not doing the looking, but the forest is, and in the end they would realize they are looking at themselves.

G: That is exactly what I experienced at EMMA. As I looked at the piece, I truly felt the demonic power of nature. It was something I had never known before.

T: Actually, I didn't know it myself when I was working on it. After it was completed, I realized it was new to me, too.

G: In Japan there is a religion called *Shinto*. It has developed from animism, and it does not have a personified god. Instead it respects superhuman nature. Your work reminded me of that.

T: In this world there must be many things that we are not aware of. The images of this forest told me that there are things that are uncontrollable. Nature is everywhere in our daily lives, yet it has power that we are not familiar with.

G: Modern art pieces often start with a concrete concept, but yours is completely opposite. I think it is a very important circuit in creating things.

T: You need to take six to seven hours from Helsinki to reach this forest in an island. Hardly anyone goes there, and to avoid getting lost, I made a map of the place myself. In the beginning, I shot many pictures. But soon I realized that I couldn't find objects that I had planned to shoot, and discovered things that were totally beyond expectation. Plans became meaningless, and in the end I lost track of where or why I shot a certain picture.

Today, he resides in Tokyo. He has set up cameras at intersections and is doing fixed point observations at an elementary school yard.

What can art NOT do? I wondered as I spoke with Santeri Tuori. It is necessary to acquire some power to face the unknown, I suppose. Meanings and analysis come after the event. Therefore, what we really need is the unknown. I know there are risks, but that in itself is right. The images of the forest will remind me of this whenever I look at them in the future.

In June of this year, *The New York Times* introduced *Take Ivy* published in 1980 by Fujingahosha as an influential book for current American men's fashion. Moreover, Michael Bastian's modern preppie look allowed him to establish his presence in the men's fashion field. His brand was selected as the No.1 epochal men's brand that offers the most accessible clothing for ordinary men. This year, Scott Sternberg, designer of Band of Outsiders, won the CFDA Menswear Designer of the Year. Even Harvard University has decided to launch a preppie style clothing brand named "Harvard Yard" through a license agreement.
Banana Republic became a sponsor of "Mad Men" and launched the "Mad Men" look to promote the series' new season in August.

Now that preppie and the '60s styles are dominating the men's market, it's natural for designers to think that it's better to incorporate those elements into their collections but this idea makes their collections conventional. Thom Browne who has a coherent identity, exercises his creativity in such a tough time. He set cutting-edge styles in preppie and JFK-era, but this season, he tried new proportions and silhouettes including loose pants and long jackets and also tried to cancel out the feminine elements which were sometimes seen in his past collections. His new approach created a very masculine collection and was highly praised by press and buyers. Aside from Thom Browne, a few other designers presented impressive collections. Richard Chai elaborately combined a loose, tailored and active sportswear to create a very New York men's style. Robert Geller moved away from the dark and heavy image of his style. A layered look with sheer fabrics and ideas taken from sportswear, such as a hoodie-looking cape, transformed his usual goth-tinged clothes into fresh and light pieces. Patrik Ervell impressed us with his sophisticatedly modern use of denim and patterns with rusting. Michael Bastian was highly regarded by American press and buyers as he unveiled the sexiest men's collection since Tom Ford, though I would be curious to find out what Japanese men will make of this collection.

Interview **Michael Elmgreen (Elmgreen&Dragset)** *Artistic Definitions of "Supermodel"*

text : high fashion / translation : Andreas Stuhlmann

from page 163

Those who visited last year's Yokohama Triennale will remember the instantly startling sight of a very real-looking boy standing frozen up on a tall diving board in the hall of a shopping center. Responsible for the work were Michael Elmgreen & Ingar Dragset, a duo of artists from Northern Europe.
This year the two of them curated the Danish and the Nordic pavilions at the Venice Biennale. Designed like a modern dwelling house that wouldn't look out of place in one of David Hockney's paintings, the Nordic pavilion was fitted with living and bed rooms, and spiced with plenty of black humor in the shape of a drowning man in a suit that was floating in a swimming pool in front of the house. This work earned the artists a Special Mention at the Biennale.
An exhibition of the duo's newest creations was recently held at Taka Ishii Gallery. As the title "Supermodels" suggests, it was somewhat of a sequel to last year's "Side Effects" exhibition at the Galerie Emmanuel Perrotin in Paris, realized in collaboration with exceptionally clean-limbed "supermodels" sporting exclusively made designer dresses. Following that Paris show featuring clothes by Sonia Rykiel, Alberta Ferretti, Henrik Vibskov, Gaspard Yurkievich and Vanessa Bruno, dresses this time were provided by the likes of Comme des Garçons designer Rei Kawakubo, Yasuko Furuta (Toga), Tamae Hirokawa (Somarta), newcomer designer and recent "So-En prize" winner Yusuke Takahashi, and London resident Han Chong.
During his visit to Japan, Michael Elmgreen explained, "We asked the designers to make clothes that look stylish not only on perfectly built models, but even on customers with less well-shaped bodies." While participants were given absolute freedom in terms of design, like in the Paris event, colors were limited to black and white only. "We wanted to display the results in a fashion boutique-like space that would make a typical Tokyo-esque environment. Gracing a gallery's white walls with pieces of art is a common and not really exciting concept," he added. The artists eventually used black and white wallpapers and a black carpet to transform one corner of the Taka Ishii Gallery's white interior into a modern boutique kind of setting. In addition, their well-rounded, silky white skinned supermodels roamed the streets of Tokyo, where they were photographed with costumed girls at Akihabara's "maid cafes," and with Shibuya's graffiti and tattoo artists for display at the exhibition.
"If I were a fashion designer, I wouldn't dress pretty models up and send them up and down a catwalk. Even the most innovative designer only caters to the perfect body after all, and that's a point we wanted to call into question." This very E&D-like closing comment from Elmgreen definitely makes one hungry for their fashion design.

Interview **Susan Sellers, Giorgianna Stout (2×4)** *Design=The Sum of 1,000 Pages*

text : high fashion / translation : Andreas Stuhlmann

from page 155

What does it mean to understand the work of a designer? When we look at a poster for an exhibition, for example, we can see how the designer made a layout by placing photographs and illustrations, and determining the fonts and colors of letters, but that alone doesn't reveal much about that designer's philosophy and characteristic style. If the designer works on a broad range of products including everything from floor maps of office buildings to shampoo bottles, this doesn't exactly make it easier. Lining up adjectives that vaguely describe our ideas of his or her characteristic design elements tells us next to nothing either.

The exciting body of work of 2x4 (Two by Four), an internationally renowned collective of designers based in New York, embraces quite a few aspects that make it rather difficult to comprehend. The group responded to this with a groundbreaking book that aims to shed light on the studio's work, produced to celebrate their 15th anniversary. On 1,000 pages, the book offers exact answers on the questions of what 2x4 is all about, and what design means in the first place.

Susan and Giorgianna, founding members of 2x4, explain: "We made this book because we wanted to demonstrate the process of designing things. People usually see only the final products of our work, so our idea was to highlight in this book the process of how we get there. The book's chapters represent the individual stages involved in a design project, following the process of our work step-by-step. The planning stage for example, begins with a contract that reveals details of the respective assignment's schedule and budget calculations. Based on that, we work out a strategy and do market research. Next come various materials gathered in order to hammer out a design identity and logic, followed by first sketches, and prototypes as used in presentations. Ideas that were ultimately scrapped we have included here as well. The next chapter includes installation plans and other photographs and pictures illustrating the production and set-up, as well as layouts for catalogs and magazines. The last chapter is dedicated to showing how the finished designs were launched onto the market, and how they eventually ended up in the consumer's hands."

The result is a truly impressive-looking 1,000-page volume that visually showcases voluntarily selected items from the tremendous amount of work for such clients as Prada, Nike, MoMA, and others. An exhibition showing just those 1,000 pages one by one was held at Eye of Gyre in Omotesando, Tokyo, completing a project that stresses the magnitude of the work commonly known as design.

Jean-Jacques Picart's *Un Café avec...*

text : Jean-Jacques Picart / translation : Toshi Fujiwara

from page 147

Tuesday September 15 at 16:00
with Joseph Altuzarra
in his showroom, 120 Walker Street, New York

During this New York Fashion Week I grew very sensible to the energy and charm of the collections created by this new generation of American designers that includes 3.1 Phillip Lim, Rodarte, Phi, Jason Wu, and Alexander Wang. I also liked Joseph Altuzarra's works. This young Chinese-American designer was born and grew up in Paris. He had internships at Marc Jacobs and at Proenza Schouler, then served as assistant to Riccardo Tisci at Givenchy for several seasons, before launching his own brand in September 2008 — during the week in which the economical recession in the US broke out! This naturally caused him some genuine psychological trauma. Since plans had been made, he had no choice but to forge ahead.
Joseph Altuzarra's ambition with his first collection was to dress a woman (and not a young girl) who likes fashion and who doesn't want to remain unnoticed, but at the same time doesn't want to look like a fashionista... In one word, he wanted to dress his idol, his muse: Carine Roitfeld, the editor-in-chief of *French Vogue*! And he succeeded in spite of an inevitably reducing budget following the financial crisis. The buyers still came, liked and bought. This is logical enough: during this most difficult period for arousing consumer desire, there were only two choices; either they buy very famous brands with assured values or they buy brands marked with originality, with strong creativity, and with a strong sense of being different. Joseph Altuzarra, with his style and his values that are at the same time casual and couture, is in the second category. All his collections so far have sold well, and his third is no exception. His sales figures increase with each season. He now has around 20 stores faithful to his creations. He has moved to a larger showroom/studio. His mother controls finances and a friend from his days at Givenchy is in charge of sales and press relations. At this stage of his adventure, Joseph Altuzarra is also looking for a complementary collaboration with a large brand for casual clothing, while nevertheless looking for a precise sense of identity to his style and stable sales.

Tuesday September 29 at 11:00
with Mundi
at the showroom of his press agent Josiane Cristofoli, Rue Bichat, in the 10th arrondissement, Paris

He comes from the far north of Europe, Iceland. He still looks almost adolescent-like. He is a creator who handles various creative disciplines. He belongs to MoM in Iceland and collaborates with Austrian artists-unit Gelitin at the

2 English text

Special Thanks to Tom Mes

Paris Men's Collections Report *Powerful Collections in a Tough Time*

text : Mariko Mito (B.P.B. Paris) / translation : Riuko Fukuoji (Foresight)

from page 131

About 50 maisons presented their shows at the 2010 Spring/Summer Paris Men's Collections, which started on June 24. Since the world economy showed no sign of recovery and there was little encouraging news, people didn't have great hopes for the Paris Fashion Week. However, now that the world is having a tough time, designers face a real test of their capability. As a result, it became a powerful season to bring home the message that Paris maisons can't just sit around and wait for economic recovery.

Lanvin's sleeveless minimal suits with fly front drew audience attention, as did the rolled-up sleeves of coats and shirts. Their refined style with a cool casual twist was superb. The show opened with a bewhiskered model wearing a sun visor. Wound around the model's neck were a loose tie and a necklace with the Lanvin logo — all elements created an iconic man with a playful mind. Working from tailoring, Raf Simons developed evolutionary suits: seemingly plain business suits that were actually made with elaborate techniques. The jacket sleeves were joined to a T-shirt underneath. A belt around the waist added a particular feature to this style. Snake-printed organdie shirts and a snake-shaped buckle created a contemporary mood.
Louis Vuitton was inspired by New York bike messengers for its mix of sports taste and dandyism. Tailored jackets paired with hooded vests and short pants ensnared the season's trend. Dior Homme presented an elegantly chic collection by focusing on monotone colors while using the street fashion elements for the details. Ultralight-tailoring with seer fabrics and layered styles featuring gilets marked Kris Van Assche's new approaches. "Ethnic ikat met checks" — Dries Van Noten transformed this conflicting combination into a modern harmony. Double-breasted jackets were nonchalantly combined with cropped pants and bare feet. Using the theme of "Random Collage," Comme des Garçons Homme Plus made unique silhouettes with patchworks made of various fabrics from past collections. This collage of bright colors and different patterns was a lot of fun.

Under the lagging sales of suits in France, the sales of individual jackets and pants increased last year: sales of jackets increased by 10% compared to the previous year. However, at the previous collection, many maisons presented a variety of suits for Autumn/Winter season.
Each maison's characteristics made their tailoring styles fresher and more attractive. In the Spring/Summer '10, suits are still high-profile. Designers arranged styles and fabrics to make lighter and more easy-to-wear suits including sleeveless style and jersey suits. Lightness and a relaxed feeling are key points. Items and fabrics previously considered androgynous and resort-style, such as short pants, leggings, saruel pants and seer fabrics were incorporated into men's everyday clothing. This season's collections showed an expansion of men's items.

Milan Men's Collections Report *Lightness, Art and Ambiguity*

text : Miyuki Yajima / translation : Riuko Fukuoji (Foresight)

from page 132

The 2010 Spring/Summer Milan Men's Collections aroused more hope than ever before.
First of all, lightweight materials and light colors created an airy impression. Not the kind of airiness that cancels out the decorative elements, but one that evokes the layered nature of feeling while avoiding the layering of fabrics and colors. The walls at the Prada show were covered in quotations from plays and movies. The various emotions these lines evoked in people's hearts as they sat and waited for the show prepared them for the concept of the "mesh" that was at the heart of the collection. It seemed as if Miuccia Prada aimed to bring the wearer's emotions to the surface through her clothes. Application of art was also noticeable this time. The traditional way of incorporating artistic elements into collections was through inspiration from famous paintings. But a new approach was to use "expressions" enabled by only artistically free spirits.

Using the French-Japanese artist Tsuguharu Foujita as an inspiration, Jil Sander drew representational painting using clothing as a canvas. Bottega Veneta retained brush print on the cardigans for painting effect and gave a hand-painted touch to tricolored wide border pattern. Giuliano Fujiwara presented glossy jackets that looked like they were colored with crayon. Alexander McQueen trimmed a white jacket with a painterly touch, tried brush prints on his shirts, layered different print patterns and created ink-spot prints.
His collection was an artful elaboration on the theme of artistic endeavor.
Etro further pursued its familiar digital prints to line up outrageous clothing by mixing representational and abstract prints. Moschino showed a unique representation: ink spots formed a runway and Jackson Pollock-like splotchy patterns covered their white shirts. The shirts with representational rose print were suffused with a romanticism like painting on canvas. A gray color pallet dominated this season — purplish gray, blue gray and whitish gray. Subtle nuance colors added a fresh impression.

There was no distinctive style for this season. Casual blousons outnumbered jackets. They were classical but not formal.
And although they had the street taste, they weren't real casual clothing.
This season was characterized by "ambiguity," demonstrating different values.

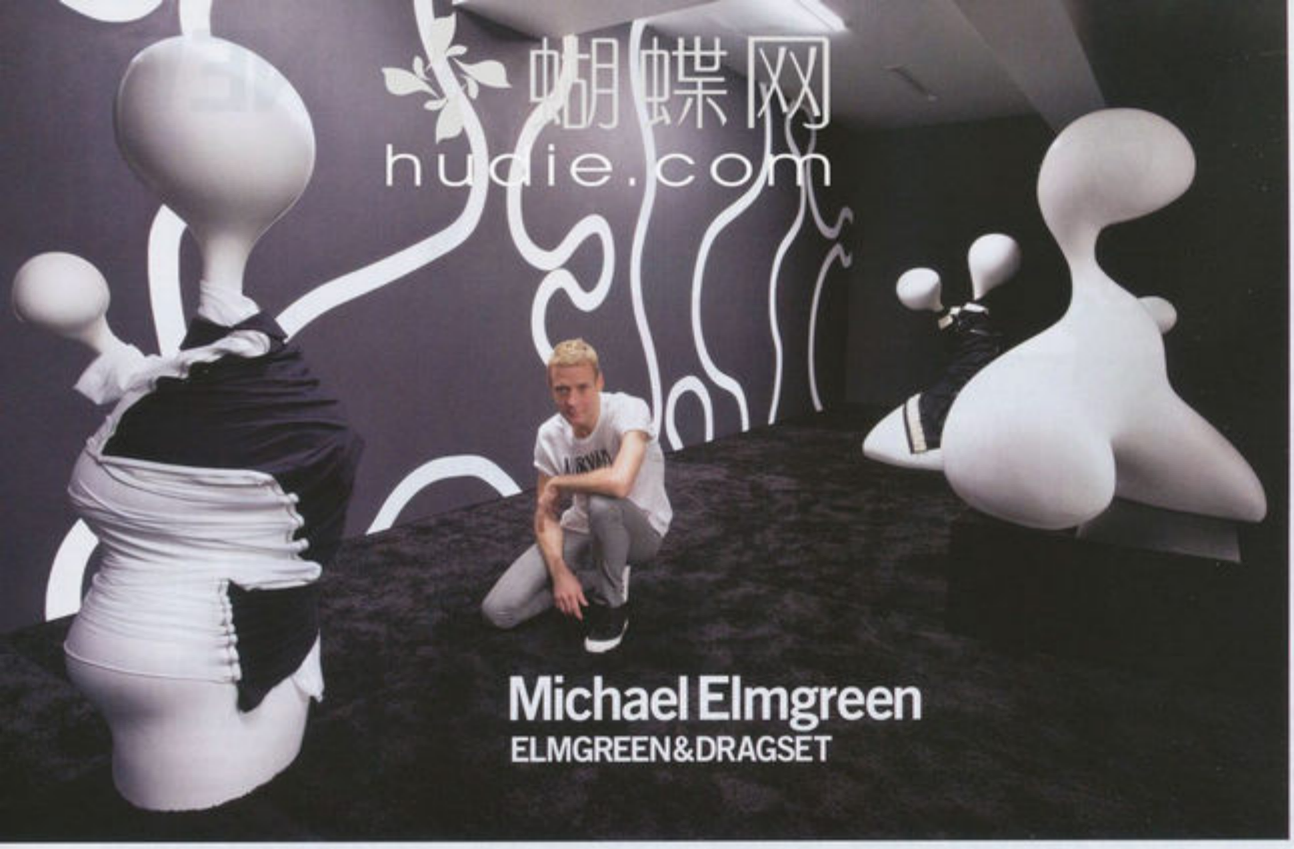
New York Men's Collections Report *Preppie Style and Thom Browne's New Direction*

text : Teruyo Mori / translation : Riuko Fukuoji (Foresight)

from page 133

After the collections of February 2009, many designers were discouraged by the cancellation of orders for their Autumn/Winter products. Although they say the recession has already bottomed out, consumer spending is still dead in the water. The '10 Spring/Summer collections were off to a difficult start; How do designers cater to consumer demands with a fresh approach while capitalizing on their uniqueness? Their attempts to try and create a positive mood for the collection left a good impression on us. From a creative point of view, however, designers were overly conscious of the consumer; they seemed torn between fashion that sells and their own creation. Thom Browne was a notable exception in this case.

The preppie look with a modern twist, like J. Crew's men's line, continues to be popular in the casual area. For business suits, the "Mad Men" look, derived from the TV series set in the New York ad industry of the early '60s, was well-received. (The show's characters dress in Brooks Brothers suits.) Two-buttoned double-breasted suits with narrow ties represent The Rat Pack era, when JFK and Sinatra's iconic style attracted people.



コム デ ギャルソンや
トーガも参加。
東京版
スーパーモデルズ展。

ファッションデザイナーとアー
ィストとのコラボレーションは
あるが、これは新しいケース。
ーティストのつくる奇妙な形
ボディのために、デザイナー
服をつくり、それが重要な要
となって、疑似ブティックのよう
展示空間は完成する。

エルムグリーン&ドラッグセット
デンマーク出身のマイケル・エルムグリ
と、ノルウェー出身のインガー・ドラッグセ
による、アーティストユニット。ロンドンとベ
リンを活動の拠点として、立体や映像に
問題提起型の作品を制作。MUSAC（ス
イン・レオン）、マルモ美術館（スウェーデ
テート・モダン（ロンドン）などで個展を開
るなど国際的に評価を得ている。同性
であることが作品の重要なモチーフにな
とも多く、2008年には、ナチスによって処
れた同性愛者を追悼するための記念碑
ルリンに落成。タカ・イシイギャラリーでの
展は今回で3回目。前回の展示は、膨大
の同性愛者の家族写真を小さな額に
て、会場中に飾ったものだった。

アーティストの考えるスーパーモデルとは？

昨年開催された横浜トリエンナーレを訪れた人なら、ショッピングモールの吹抜けの見上げるような高さに設置された飛び込み台の前で少年がすくんでいるリアルな作品に、一瞬ぎょっとした記憶を持っているのではないだろうか。作者は、北欧出身のアーティストユニット、エルムグリーン&ドラッグセットである。

今年のヴェネツィア・ビエンナーレでは、デンマーク館と北欧館のキュレーションを手がけた。デビッド・ホックニーのモダンな住宅を模した北欧館には、リビングルームや寝室などの部屋が用意され、住宅の前のプールには、スーツを着た男性の溺死体が浮かんでいるというブラックユーモアぶり。この仕事で彼らは特別賞を受賞した。

そんな彼らの新作展がタカ・イシイギャラリーで開催された。今回のタイトルは「スーパーモデルズ」。これは、昨年、パリのエマニュエル・ペロタン・ギャラリーでの「Side Effects」展のいわば続編。特異なボディを持つ「スーパーモデル」が、ファッションデザイナーが特別にデザインしたドレスをまとう、というコラボレート作品だ。パリでは、ソニア リキエル、アルベルタ フェレッティ、ヘンリック・ヴィブスコフ、ギャスパー・ユルケヴィッチ、ヴァネッサ・ブリューノが参加したが、今回は、コム デ ギャルソンの川久保玲をはじめ、トーガの古田泰子、ソマルタの廣川玉枝、今年装苑賞を受賞した新人の高橋悠介、そして、ロンドン在住のハン・チョンが作品を提供。来日したマイケル・エルムグリーンは、「理想のボディへの服ばかりでなく、こんな体型の顧客にも、おしゃれな服をつくってほしい、という気持ちでリクエストした」と言う。デザインは、全く自由だが、パリ同様、白と黒に色を限定した。

「東京らしい、まるでファッションブティックのような空間に展示してみたかった。白いギャラリー空間にアートが飾られているのは、あたりまえで、つまらないからね」と言う。かくして、タカ・イシイギャラリーの白い空間の一角は、黒地に白の壁紙と、黒いカーペットで、モダンなブティック空間に変身した。

「もし、僕がファッションデザイナーになったら、きれいなモデルに服を着せてキャットウォークを歩かせたりしない。どんなにイノベーティブなファッションデザインでも、パーフェクトなボディのためにしか考えられていない。そこを変えてみたかったんだ」と、最後にE&Dらしい発言を残した。今度は彼らのファッションデザインもぜひ見てみたい。





上4点の写真は、東京・清澄のタカ・イシイギャラリーで、9月5日から10月3日まで開催された「SUPERMODELS」の展示より。上段の中央がマイケル・エルムグリーン。左と右奥は、川久保玲の作品を纏うFRPの彫刻作品「スーパーモデル」。このプロジェクトに参加したデザイナーは、川久保玲（コム デ ギャルソン）、古田泰子（トーガ、中段左）、廣川玉枝（ソマルタ、中段右）、ハン・チョン、中段中）、高橋悠介の5人。さまざまなフォルムのボディが揃い、それぞれの制作だった。下段の写真作品は、東京のいろいろな場所でのスーパーモデルたち。撮影は宮原夢画。©ELMGREEN & DRAGSET / Courtesy of Taka Ishii Gallery

SUPERMODELS IN TOKYO
ARTIST'S INTERVIEW

photographs: Tohru Yuasa (B.P.B) English text → P.162



久家靖秀写真集『Atelier』。

アーティストの創作の現場、アトリエを写真家の久家靖秀が独自の視点で撮った写真集。雑誌「ミスター・ハイファッション」から本誌に引き継がれ、続けてきた連載「ステューディオ」を中心に再編集された一冊。会田誠、舟越桂、大野一雄、草間彌生、川俣正、村上隆、鮎屋法水ほか、作家の気配や創意が立ちこめる空間は、見るたびに発見があり興味深い。11月初旬発売、フォイル刊、2,940円。



今年も開催。伊勢丹のチャリティキャンペーン"Merry Green Christmas"。

4年目を迎える伊勢丹のチャリティキャンペーン"Merry Green Christmas"。伊勢丹グループ・協力店で開催され、デンマークの環境親善大使のグリーンサンタ®(www.greensanta.jp)の来店やオリジナルグッズの販売を通じ、寄付金を募るチャリティ活動だ。写真のポップなカラーと愛らしい表情の4色のベアサンタ BE@RBRICKストラップは各300円。1個につき100円が、植林・育林活動や小学校、幼稚園へ机やいすなどの国産木材製品の寄贈を目的にするグリーンサンタ基金に寄付される。「Kiss the Earth」をテーマに、豊かな自然環境の実現と、自然を大切に思う心をはぐくむことを目的としたこのキャンペーンには、伊勢丹の未来の環境への思いが込められている。12月5日から開催。グッズがなくなり次第終了。お問合せは、伊勢丹新宿店、tel.03-3352-1111へ。



ぬくもりのあるハイエンドショップ。ランド オブ トゥモロー 丸の内店。

三菱1号館の復元に伴い誕生した、丸の内ブリックスクエア。そこに9月にオープンした、ランド オブ トゥモロー 丸の内店は、シックな落ち着いた空間で、ランバン、ジャンポール・ノット、トム ブラウンと話題のブランドがそろうハイエンドなショップ。東京都千代田区丸の内2の6の1 丸の内パークビル ブリックスクエア1・2階 tel.03-3217-2855 11時～20時営業 不定休 http://www.landoftomorrow.jp



蜷川幸雄の演出による密室劇の傑作「十二人の怒れる男」。

1957年ベルリン国際映画祭金熊賞受賞作で、法廷ものの傑作といわれる「十二人の怒れる男」の舞台化。父親殺しの罪で裁判にかけられた少年の判決を巡る物語。少年の運命は見知らぬ男、陪審員12人の手に。出演は、中井貴一、筒井道隆、辻萬長、西岡徳馬ほか。11月17日～12月6日、東京・渋谷のBunkamura シアターコクーンにて。お問合せは、Bunkamura、tel.03-3477-3244へ。



プリングルがアーティストとのコラボレーションTシャツを発売。

プリングル オブ スコットランドが、イギリスのアーティスト、デヴィッド・シュリグリーとコラボレーションしたTシャツを発売。ドローイング、ペインティング、立体、写真などさまざまなメディアで、コミカルでセンシティブな作品を発表するデヴィッドの、ピースフルでモダンなプリントが印象的。2デザイン、赤、白、グレーの3色。各12,600円。お問合せは、プリングル青山店、tel.03-5414-7002へ。



ポール・スミスが蒐集したアート作品展。

ポール・スミスが10代のころから蒐集しているアートコレクションが一堂に会する「ポールズ・アート・コレクション展」が11月29日まで、ポール・スミス スペース ギャラリーで開催中。ポール自身が選んだ作品は、彼のクリエーションの背景を知るうえでも興味深い。バンクシー、ジオ・ポンティ、ホックニーなどの貴重な作品も多数。東京都渋谷区神宮前5の46の14 3階 tel.03-5766-1788 11時～20時 水曜定休



ブルガリのモノロゴリング、日本限定で新登場。

古代ギリシア語で"Solo""Single"を意味する"MONO"が由来のコレクション、ブルガリの"モノロゴ"リングにニューデザインが誕生。8ミリのリング幅に0.4カラットのワンポイントダイヤをあしらったピンクゴールドのリングは日本限定のスペシャルアイテム。ダブルでインパクトの強い"BVLGARI"のグラフィカルモチーフが特徴的だ。189,000円。お問合せは、ブルガリ ジャパン、tel.03-6362-0100へ。



コム デ ギャルソン(川久保玲)ドレス 1997年春夏
京都服飾文化研究財団所蔵、畠山崇撮影

東京都現代美術館での「ラグジュアリー:ファッションの欲望」。

京都服飾文化研究財団主催のラグジュアリー展が、京都に続き、東京都現代美術館に巡回する。17世紀から現代まで多覚的な視点で選ばれた、作品約100点を展示するほか、妹島和世の空間デザインによるコム デ ギャルソンの特別展示なども。10月31日から'10年1月17日まで開催。東京都江東区三好4の1の1 tel.03-5777-8600(ハローダイヤル) 10時～18時開館 月曜休館



14日間で肌本来の機能を目覚めさせる「リバイタル グラナス プラチナム システム」。

皮膚科学をもとに開発された14日間で集中的に肌を整えるスキンケアシステムが資生堂から登場した。朝はエッセンスとデークリーム、夜はエッセンスとナイトクリーム。3日に一度、夜にゲル(除去マスク)とシートマスクをダブル使いするという便利なセットタイプ。資生堂「リバイタル グラナス プラチナム システム」26,250円。お問合せは、資生堂インターナショナルお客さま窓口、tel.0120-81-4710へ。



ヴァン クリーフ&アーペルの大規模展「ザ スピリット オブ ビューティー展」開催。

1906年の創立以来の理念「スピリット オブ ビューティー(美の真髄)」で培われた、ハイジュエラーの歴史と世界を堪能できる展覧会。アーカイブより、フランス内外の個人コレクションから約250点が公開される。森アーツセンターギャラリー(東京都港区六本木6の10の1 六本木ヒルズ森タワー52階) tel.03-5777-8600(ハローダイヤル) 10月31日～'10年1月17日 10時～20時 無休 一般1,200円



ヴァレンティノ 帝国ホテル ブティックがリニューアルオープン。

帝国ホテルプラザから同ホテル本館1階に移り、約190平方メートルの広々とした路面店としてリニューアルオープンしたヴァレンティノ 帝国ホテル ブティック。ヴァレンティノ、レッド ヴァレンティノをはじめ、レディスのフルラインがそろう。美しいクチュールをエレガントな空間で堪能。東京都千代田区内幸町1の1の1 帝国ホテル本館1階 10時～19時営業 不定休 tel.03-6268-8180



女性のための新たな試み、ジミー チュウ「プロジェクト PEP」。

ジミー チュウはエルトン・ジョン・エイズ基金に協力し、南アフリカにあるレイプ被害者センターを支援する「プロジェクト PEP」を行なう。対象となるコレクションは、バッグ、靴などで展開。売上げの25パーセントが寄付され、被害者に必要な支援の提供に充てる。写真はトートバッグ(サイズL)、105,000円。11月7日から同ブランドの銀座店で先行発売。お問合せは、ジミー チュウ、tel.03-5413-1150へ。



ミキモトのクリスマスチャリティ2009。

真珠をはぐくむ自然との共生を願い、'97年より毎年好評発売されている、ミキモトのクリスマスチャリティジュエリー。今年は花をアコヤ真珠で、実をラピスラズリで表現したブルーベリーがモチーフのペンダントトップ兼用ピンブローチ。12月31日までの期間限定発売。52,500円。売上げの一部は森林の保全育成に充てられる。お問合せは、ミキモト カスタマーズ・サービスセンター、tel.03-5550-5678へ。



ランバン オン ブルーからレディスコレクションがデビュー。

パリ・ランバンのエッセンスを巧みに取り入れ、そのコレクションデザインをソースに展開される、ランバン オン ブルー。レディスコレクションが'10春夏からデビューする。「シックで生意気」をコンセプトに、エレガントなスタイリングや品質へのこだわりを踏襲したクチュール感と軽さのあふれるレディライクなアイテムを展開。お問合せは、ライカ ランバン オン ブルー部、tel.03-3798-3348へ。



新宿3丁目に誕生した、ラッド ミュージシャンのニューショップ。

ラッド ミュージシャンの都内3店舗目のフラッグシップショップがオープンした。新宿3丁目の繁華街に面し、飲食店やレコードショップに囲まれたカオス的な立地は、音楽と洋服の融合を掲げるラッドらしい。店内は、グレートーンの壁に部分的にウッドを使用し、シックな印象。フルラインナップがそろう。東京都新宿区新宿3の31の6 1階 tel.03-6457-7957 12時～21時営業 無休



Pipilotti Rist / PEPPERMINTA

第1回ヨコハマ国際映像祭 2009。映画、写真、CG、アニメーション。

今やポピュラーなアートメディアである映像に特化したフェスティバルが、横浜でスタート。国内外の87組の作家が参加し、作品を上映・展示する。ピピロッティ・リストの新作も。期間は10月31日～11月29日。会場は、新港ピア、BankART Studio NYK、東京藝術大学馬車道校舎ほか。11時～19時(土・日曜、祝日10時) 会期中無休 一般1,300円 詳細は、http://ifamy.jpにて。



ネペンテスが、大阪初のフラッグシップショップをオープン。

時代に着地したワードローブを発信するセレクトショップ、ネペンテス。そのニューショップが大阪にオープンした。白と黒を基調とした内外装に豊かな植栽、カラータイルのモザイク装飾など、さまざまな様式がミックスされた空間に、オリジナルレーベルや世界各地から選び抜かれたアイテムが並ぶ。ネペンテス 大阪 大阪市西区京町堀1の13の16 tel.06-6446-9882 12時～20時営業 無休



イッセイミヤケと深澤直人のコラボレーションウォッチに新色が登場。

イッセイミヤケがプロデュースし、プロダクトデザイナーの深澤直人がデザインを手がけた腕時計、トラペゾイド アルミニウム。'08年に発表されたシリーズの新色が、12月上旬に発売される。スポーティなフォルムとパープルのボディにグレーの文字のクールなカラーリングがフィットしている。36,750円。お問合せは、セイコーインスツル ウオッチお客様相談室、tel.0120-181-671へ。



アタッシェ・ドゥ・プレスの先駆者、伊藤美恵が仏芸術文化勲章を受勲。

広報・PR＝アタッシェ・ドゥ・プレスの第一人者として、国内外を問わず、多くのブランドを世に送り出してきた伊藤美恵。PR会社ワグの代表であり、アタッシェ・ドゥ・プレス養成校エファップ・ジャポンの学長である彼女の功績を称え、9月、フランス大使館にて芸術文化勲章シュヴァリエの叙勲式が行なわれた。フランスの四つの大臣勲章の一つ。過去には北野武や小澤征爾も受勲した。



ユリウスが、7周年アニバーサリーのアクセサリーを発売。

デザイナー堀川達郎の独自の世界観を投影し、インディビジュアリティあふれる洋服を展開するユリウス。創立7周年を記念して、リングとネックレスが発売される。アクセサリーブランドGARNIとの共同制作のアイテムは、アートピースのような有機的なフォルム。写真のリングは、シルバー、ブラック、ホワイトの3色展開。19,740円。12月上旬より発売。お問合せは、ユリウス、tel.03-5728-4900へ。



自然派個性住宅BESSでの暮しをつづるブログ集サイト「BOB」。

ウッドデッキでの食事、DIYでの家具づくりや薪ストーブのある家など、あこがれのスローライフ。「家は道具、遊びの拠点」をコンセプトに環境と共生するBESSの家で暮らす人たちによる日々のブログを収集するサイト「BOB〈ボブ〉」がスタート。料理、家庭菜園、DIY、ログハウス建築などに関する情報も満載。http://www.bob-bess.jp お問合せは、総合展示場「BESS スクエア」、tel.03-3462-7000へ。



ディーゼル タイムフレームスの新作ウォッチ。

コレクションの世界観を踏襲し、シーズンごとにエッジーな新作を提案するディーゼルのウォッチシリーズ、ディーゼル タイムフレームス。その新作は、クラシックなスクエアフェースに、ピラミッドスタッズやゴールドフレーム、パテント加工のカウスキンのベルトなど、パンキッシュなファクターをちりばめたクールなデザイン。15,750円。お問合せは、フォッシルジャパン、tel.03-5992-4611へ。



2009年第27回 毎日ファッション大賞受賞者決定。

年間のファッション活動において、優れた功績をあげた人物、企業、団体に与えられる毎日ファッション大賞。第27回'09年の大賞は、トーガのデザイナー古田泰子が受賞。複雑なカッティングと異素材を組み合わせた独創的なクリエーション、そして古田のクリエーターとしての着実な姿勢が評価された。新人賞・資生堂奨励賞は、matohu/まとふのデザイナー、堀畑裕之と関口真希子。ファッション界の発展に寄与した人に与えられる鯨岡阿美子賞は、ファッションビジネスの人材育成に貢献したIFIビジネススクールの尾原蓉子名誉学長、話題賞は昨今の不況でも躍進を続けるユニクロ(ファーストリテイリング)が受賞。写真左より、関口真希子、堀畑裕之、古田泰子、尾原蓉子、ユニクロ取締役COOの大笘直樹。東京・赤坂BLITZでの表彰式で。写真提供 毎日新聞社



ラコステがクリスマスシーズンに、プレミアムカラーポロを発売。

ラコステが、クリスマスの日本限定スペシャルアイテムとして、ラコステ プラチナポロを発売する。ノーブルなブラックのポロシャツに、ラコステのシンボルであるワニのエンブレムとプラチナカラーのラインを採用、プレミアム感あふれる仕上りに。11月20日より全国のラコステショップにて発売。スペシャルパッケージつきで、メンズ、レディスの展開。共に13,650円。お問合せは、ラコステ、tel.03-6894-0318へ。



51人のディレクターによる新形式のアートフェア。

東京・表参道のスパイラルガーデンとスパイラルホールで、10月29日から11月3日まで開催される「ULTRA002」は、ギャラリーではなく、ディレクター個人が出展するという新しい試みのフェアで今回で2回目。出展者に年齢制限はあるが、所属画廊がなくてもOK。個人でセレクトしたアートが売られることで、アートはさらに身近に、新鮮に。東京都港区南青山5の6の23 tel.03-3498-1171 11時～20時



伊勢丹新宿店にて、バジュラの期間限定ショップがオープン。

本誌68ページ、永瀬正敏をモデルに独特な存在感を放つクリエーションを見せたバジュラ。バジュラのレディスの期間限定ショップが、伊勢丹新宿店2階、ヤングスポーツフロアにオープンした。ソフトな起毛素材やウォッシュトレザーのコートやブルゾンなど、フルコレクションが並ぶ。期間中、購入者にはノベルティをプレゼント。11月3日まで。お問合せは、バジュラ、tel.03-5457-2022へ。



ルシアン ペラフィネ 心斎橋店、4層でオープン。

大阪・心斎橋に、ルシアン ペラフィネの世界初となる4層のブティックがオープンする。地下にはカフェを併設、3階のVIPルームには本誌でブックレビュー連載中の幅允孝が、書籍をセレクション。上質で楽しいショップデザインは隈研吾。写真はオープン記念の心斎橋店(大阪市中央区西心斎橋1の1の1)の限定アイテム。お問合せは、ルシアン ペラフィネ 東京ミッドタウン店、tel.03-5647-8333へ。



デンマーク発のアクセサリーブランド、トロールビーズのニューショップ。

'76年デンマークに誕生したトロールビーズ。金、銀、パールなどを用いた400種類以上のビーズを組み合わせて作る、ブレスレットとネックレスのブランド。その国内初のショップが東京・松屋銀座にオープン。18人のデザイナーが生み出す個性豊かなビーズで、自分だけのアクセサリーを。トロールビーズ 松屋銀座店 東京都中央区銀座3の6の1 1階 tel.03-6228-6525 10時～20時 [illegible] 不定休



フォーエバーマーク エンコルディア™ コレクションの誕生。

古代ギリシアから、きずなの象徴として知られるヘラクレスノット。フォーエバーマーク エンコルディア™コレクションは、この結び目がモチーフ。ゴールドやプラチナでしなやかに表現された結び目を、ダイヤモンドがつなぎとめる。ペンダント、リング、イアリング、ブレスレットなどで展開。写真のリングは、241,500円(予定)。お問合せは、フォーエバーマーク、tel.03-[illegible]へ。



ニューバランス、ヘリテージモデルの1700にニューバージョンが登場。

ニューバランスは'10春夏コレクションのクラシックシリーズで、1000番台をフィーチャーしたシューズを展開する。それに先駆け、'99年に発売されたヘリテージモデルの1700に、ニューバージョンが登場した。アッパー部分を包み込むようにレザーが用いられ、プレミアム感のある一足に仕上がっている。2色展開。各18,900円。お問合せは、ニューバランス ジャパン、tel.03-3546-0997へ。



『作業日誌』から1年あまり、中原昌也の新刊『12枚のアルバム』。

昨年の3月発売の『作業日誌』でドゥ マゴ文学賞を受賞した中原昌也。彼が12か月連続で行なったトークセッションをまとめた『12枚のアルバム』が11月5日に発売される。中原と毎回一人のゲストがそれぞれ相手に聴かせたいアルバムを持参し、それらを流しながら話は始まる。ゲストは、大里俊晴、松山晋也、湯浅学、三田格など。2,310円。boid刊。http://www.boid-s.com


装苑
SO-EN
December 2009 Fashion Magazine
12
蒼井 優
とじ込み付録
ポスター
歌手 UA
多部未華子の
グランマスタイル
CHRISTMAS SPECIAL
読者プレゼント
29アイテム86名
発売中！
特別定価 600円（税込）
ホームページ
http://books.bunka.ac.jp/
雑誌の最新号や
バックナンバーを紹介。
文化出版局
DRESS CODE
MANUAL 2009
今どきのドレスアップスタイルとは？
写真の教室
ポートレートを極める
荒木経惟、石内都、ライキン
white vol.4
rooms19 レポート
レディー・ガガ
リッシー・トゥルーリー
ショーン レノンとオノ・ヨーコ
やくしまるえつこ

PRESENTS

*応募要項　巻末の愛読者カードにアンケートと必要事項をご記入のうえ、希望のものを明記してご応募ください。締切りは2009年12月21日(必着)。発表は賞品の発送をもって代えさせていただきます。愛読者カードに記載されたアンケートは、今後の「ハイファッション」で行なう編集企画の参考とさせていただきます。承諾を得た場合を除き、応募されたかたの個人情報を目的以外に利用することはありません。

●雑誌公正競争規約の定めにより、懸賞に当選されたかたは、この号のほかの懸賞に入選できない場合があります。



03 MAISON MARTIN MARGIELA
メゾン マルタン マルジェラ
7ページで紹介したアンソロジー。白い布張りのハードカバーにブランド名と数字が刺繍されている。世界のメディアに掲載された記事などをスクラップ状に配したビジュアルが新鮮。英語版。ここのえより、1名に。



02 UNDERCOVERISM
アンダーカバイズム
今回、ブックインブックで紹介した2010春夏コレクションのTシャツ。シーズンテーマがプリントされたブラックと、キーアイテムとなったペイントの枝がプリントされたホワイト。アンダーカバイズムより、メンズを各1名に。サイズは、2。



01 MIKIMOTO
ミキモト
ふくろうをかたどったシルバーのブローチ。流線形のフォルムが特徴で、目の部分にパールをあしらったデザイン。ジャケットやコートなどの衿もとや胸もとを華やかに演出する。ミキモトより、1名に。サイズは、約H2.5×W1.4センチ。



06 BAJRA
バジュラ
ポリエステルのフードつきベスト。フロント部分がスエード調の風合いで、ライダーズジャケットをイメージしたようなジップ使いが印象的。スタイリングのメーンとして着こなしたい一着。バジュラより、メンズを1名に。サイズは、フリー。



05 DR. MARTENS
ドクターマーチン
"Mc Martens Tartan"というオリジナルファブリックを使った8ホールブーツ。タータンチェックがインパクトを与える一足。ドクターマーチン・エアウエア ジャパンより、メンズ(サイズUK8)とレディス(サイズUK5)を各1名に。



04 JULIUS
ユリウス
コットンウールのロングニット。独自の立体的なパターン技術を駆使し、着用した際に美しいドレープを生み出す。透けるような薄い生地を二重にしたモダンなデザインも特徴。ユリウスより、メンズを1名に。サイズは、3。



09 NEW BALANCE
ニューバランス
ニューバランスのヘリテージモデルからM1300やM1500など、1000番台の六つのスニーカーをフィギュアにしたセット。フィギュアの説明がついたアイコニックなアイテム。ニューバランス ジャパンより、6個セットを3名に。全長約5センチ。



08 2×4
ツーバイフォー
155ページでインタビューを掲載したニューヨークのデザイナー集団、ツーバイフォー。彼らの仕事のプロセスをまとめた1000ページの刺激的な作品集「IT IS WHAT IT IS」。表参道のジャイル内のギャラリー、EYE of GYREより、1名に。



07 AMBOISE
アンボワーズ
1985年創業のパリの老舗レザーグッズメゾン、アンボワーズのリングベルト。星形のスタッズがついたカジュアルなテーストで、ベーシックなボトムなどと合わせてスタイリングのアクセントに。アマンより、ベージュとカーキを各1名に。

INFORMATION

ア
アタッチメント代官山本店(KAZUYUKI KUMAGAI)●03-3770-5090
アマン(アンボワーズ)●03-6805-0527
アン アメリカン イン パリス(エー・アイ・ピー)●03-3409-0126
アングローバル(マーガレット・ハウエル)●03-5467-7864
アングローバルショップ 表参道(サルトル)●03-3470-2151
UNDER COVER●03-3407-1232
UNDERCOVERISM●03-5778-4805
伊勢丹新宿店(アナ スイ)●03-3352-1111
イッセイ ミヤケ(ISSEY MIYAKAKE, Haat)●03-5454-1705
ヴァレクストラ ジャパン 日本橋三越(ヴァレクストラ)●03-3241-1500
ヴァレンティノ インフォメーションデスク(レッド ヴァレンティノ)
●03-3263-6391
ヴァン クリーフ&アーペル 銀座本店(ヴァン クリーフ&アーペル)
●03-3569-0711
WHEELIE(F.lli Giacometti)●03-5458-7200
ウェアラバウツ●03-5771-5011
SSP.(WOOLRICH WOOLEN MILLS)●03-5939-8129
エスパス(パトリック ステファン)●03-6240-1851
エディション 表参道ヒルズ店(トーマス エンジェル ハート)
●03-3403-8086
エトロ ジャパン(エトロ)●03-3406-2655
F.I.L. TOKYO(ビズビム)●03-5725-9568
エフイーエヌ(デュベティカ)●03-3498-1642
エミリオ・プッチ カンパニー(エミリオ・プッチ)●03-5410-8992
エルメスジャポン(エルメス)●03-3569-3300
オリゾンティ(アン ドゥムルメステール)●03-5428-6701
オンワード樫山 お客様相談室(ソニア リキエル、ミッソーニ)
●03-5476-5811

カ
グッチ ジャパン カスタマーサービス(グッチ)●03-5469-6611
クリスチャン ディオール(ディオール、ディオール オム、
ディオール ファイン ジュエリー)●03-3263-2266
クロエ インフォメーションデスク(クロエ バイ ハンナ・マクギボン、
シー バイ クロエ)●03-4335-1750
ここのえ(メゾン マルタン マルジェラ)●03-5794-9931
COSMIC WONDER Light Source●03-5774-6866
コム デ ギャルソン(eye コム デ ギャルソン・ジュンヤ ワタナベ マン、
タオ・コム デ ギャルソン)●03-3486-7611
コンバースインフォメーションセンター(CONVERSE ADDICT)
●0120-819-217

サ
サードカルチャー(ジバンシィ バイ リカルド ティッシ)●03-5448-9138
sacai(sacai)●03-5428-6254
三喜商事(バルバラ ビュイ、ビュイ ドゥ バルバラ ビュイ)
●03-3238-1308
三喜商事(マウリツィオ ペコラーロ)●03-3238-1398
サン・フレール(ニナ リッチ、ラフ・シモンズ、ラフ バイ ラフ・シモンズ)
●03-3265-0251
シアタープロダクツ表参道本店(シアタープロダクツ、
シアタープロダクツ シック)●03-6438-1757
Jimmy Choo●03-5413-1150
シャネル カスタマー・ケア・センター(ファッション)●0120-525-195
シャネル ファインジュエリーブティック本店(ファインジュエリー)
●03-3501-5730
シュプリーム●03-5456-0085
ジョイックスコーポレーション(ザ・ダファー・オブ・セントジョージ×
ロッキーマウンテン フェザーベッド)●03-3486-1573
ジョン ローレンス サリバン●03-5428-0068
ジルサンダー・ジャパン(ジル・サンダー)●03-5464-6729
JILLSTUART●03-5467-1827
シンゾーン 表参道店(アリッサ ノートン、バルマン、
ミラー オブ シンゾーン)●03-5774-1450
ステップ インク(トラサルディ 1911)●03-5774-4551
ステディ スタディ(トム ブラウン)●03-5469-7110
3.1 フィリップ リム ジャパン(3.1 フィリップ リム)●03-5411-2870
セコンド(エムズブラック)●03-3794-9822
ゼニア ジャパン(ジー ゼニア)●03-3796-7340
ソスウ ミハラヤスヒロ(ミハラヤスヒロ)●03-5778-0675

タ
TFC(ドリス ヴァン ノッテン)●03-5770-4511
ディーゼル ジャパン(ディーゼル、ディーゼル ブラック ゴールド)
●0120-55-1978
ディプトリクス ショールーム(アダム キメル)●03-3409-0089
トーガ・アーカイブス(トーガ)●03-5475-7031
ドクターマーチン・エアウエア ジャパン(ドクターマーチン)●03-5822-6810
トッズ・ジャパン(トッズ)●0120-102-578
トミー ヒルフィガー ジャパン(トミー ヒルフィガー)●0120-266-416
トム フォード ジャパン(トム フォード)●03-5466-1123
ドルチェ&ガッバーナ ジャパン(D&G)●03-6419-2220

ハ
バーニーズ ニューヨーク新宿店
(オー[illegible]ン ブック、スラドキー、ドクター ロマネリ、ベス、
ペンド[illegible]ン ミーツ オープニング セレモニー)●03-3352-1200
[illegible]ュラ●0[illegible]57-2022
バリー ジャパン(バリー)●03-3234-5155
バレンシアガ ジャパン(バレンシアガ)●03-5621-7811
PMD JAPAN(ニール・バレット、レナ ランゲ)●03-5212-1816
ビームス原宿(バズ リクソンズ)●03-3470-3947
プラダ ジャパンカスタマーリレーションズ(プラダ、ミュウミュウ)
●0120-559-914
ブランドニュース(アンダー ライン、ベンソニ)●03-3797-3673
フリッカインターナショナル(フリッカ)●03-3406-7930
ブルーベル・ジャパン(ケンゾー by アントニオ・マラス、
トゥエンティー エイト トゥエルヴ バイ エス・ミラー、ブルーガール)
●03-5413-1050
ブルガリ ジャパン(ブルガリ)●03-6362-0100
Pred PR(リック オウエンス)●03-5428-6484
フレッドペリーショップ原宿(フレッドペリー)●03-5770-6920
ポール・スミス ジャパン(ポール・スミス、ポール・スミス ジーンズ)
●03-3486-1500
ボッテガ・ヴェネタ ジャパン(ボッテガ・ヴェネタ)●0570-000-677

マ
マーク ジェイコブス カスタマーセンター
(マーク BY マーク ジェイコブス)●03-4335-1711
マルニジャパン(マルニ、マルニ ウィンターエディション)●03-6416-1024
ミキモト カスタマーズ・サービスセンター(ミキモト)●03-5550-5678
ミスターハリウッド(N.ハリウッド)●03-5414-5071
モアライド(カラー)●03-5351-6277
モンクレール ジャパン(モンクレール ガム・ブルー、
モンクレール ガム・ルージュ)●03-5777-2781

ヤ
ユナイテッドアローズ 原宿本店 ウィメンズ館
(イクイパージュ、ユナイテッドアローズ)●03-3479-8176
ユナイテッドアローズ 原宿本店 ウィメンズ館 スタイルフォーリビング
(ファティマ モロッコ、ルカス ドゥ テルトル)●03-3479-8176
ユニクロ(+J)●0120-090-296
ユニット&ゲスト ショールーム(ステラ マッカートニー)●03-3710-3107
ユリウス●03-5728-4900
ヨウジヤマモト インフォメーションデスク(ヨウジヤマモト)●03-5463-153

ラ
ラス ジャパン(ラス)●03-5467-3020
ラタンセブン(クリス ベンツ)●03-3770-7177
ランバン ジャパン(ランバン)●03-3289-2782
リカー、ウーマン&ティアーズ(フィレネックス×アレクシス マビーユ)
●03-5778-4380
RESTIR(アレキサンダー・マックイーン、アレキサンダー ワン、
メゾン ミッチェル)●03-5413-3708
リフト エタージュ(レインハード ブランク)●03-3780-0163
ルシェルブルー銀座店(ジュゼッペ ザノッティ デザイン)●03-3561-020
ロベルト カヴァリ ジャパン(ロベルト カヴァリ)●0120-47-8080

COLLECTION INDEX

MEN'S COLLECTIONS

igh fashion staff

blisher
沼 淳 Sunao Onuma

itor Emeritus
木昭伯 Akinori Suzuki

itorial Director
口淑子 Toshiko Taguchi

itor in Chief
場由美子 Yumiko Haba

itors
谷真理子 Mariko Nishitani
田淳矢 Junya Yoshida
田佐知子 Sachiko Okada
松 諒 Ryo Muramatsu

vertising Manager
子典郎 Norio Ebiko

t Director
本木 敬 Kei Nihongi (9B)

signer
久間啓仁 Hirosato Sakuma (9B)
輪哲也 Tetsuya Miwa (9B)

anaging Editor
津加都巳 Katsumi Isozu (B.F.T.)

oofreaders
神直子 Naoko Nakagami
上寛明 Hiroaki Murakami

les Directors
井功吉 Noriyoshi Kanai
谷千絵 Chie Kariya

rrespondents at Paris
戸真理子 Mariko Mito
井イザベル Isabelle Sakai

集部直通 電話 03-3299-2451
売部直通 電話 03-3299-2578
ームページ http://books.bunka.ac.jp/

イファッション2009年12月号
価:980円(本体933円) 2009年10月28日発売
行所:学校法人 文化学園 文化出版局
便番号151-8524 東京都渋谷区代々木3の22の7
刷所:凸版印刷株式会社、共同印刷株式会社
inted in Japan

high fashion

Bimonthly Magazine for Women + Men February 2010 No.331

2 Next Issue 2月号、2009年12月26日(土)発売。



2010S/S Haider Ackermann backstage / photographs: Takeshi Miyamoto

SPECIAL EDITION

特集: 一冊まるごとワールドコレクション。
今、ファッションは変わりはじめる。
2010 S/S WORLD COLLECTIONS
PARIS, MILAN, NEW YORK, LONDON, TOKYO
FASHION BEGINS TO IMPROVE
メゾン解説／コレクションリポート。
ドリス ヴァンノッテン、ハイダー・アッカーマンのコレクション直前、直後のバックステージ。
ガレス・ピュー、ジャイルズのインタビュー。
ファッションのプロフェッショナルによるコメント集。
ロンドン・コレクション25周年、プリングルのコレクション。etc.

DESIGNER'S FILE

世界のデザイナーの最新プロフィール集。

BACKSTAGE

LANVIN in TOKYO
東京で行なわれる、ランバン120周年記念イベント。
アルベール・エルバスとルカ・オッセンドライバーの初合同コレクション。

Back Issues バックナンバーリスト

『ハイファッション』のバックナンバーは、
過去2年分までお求めいただけるようストックしてあります。
ご希望のかたは最寄りの書店、
または文化出版局カスタマーサービス・センター
(tel.0120-463-464、
またはEメール sales-bpb@bunka.ac.jp)へお申し込みください。
Ⓐ定価980円 Ⓑ特別定価1,200円



2008年12月号／特集1 メゾン マルタン マルジェラの20周年、アノニマスの方式／特集2 宝石に魅せられる理由、真珠のポートレート、ジュエリーを纏る／エディ・スリマンから届いた写真／'09春夏パリ、ミラノ、ニューヨーク・メンズコレクション Ⓐ



2009年2月号／特集 サカイとトーガ、世界が注目する東京の二つのブランド／日常の中にあるモード／シャネルのクルーズコレクション／ディオール オム／ゾエ・カサヴェテス×高島秀俊／バレンシアガ／別冊付録'09春夏ワールドコレクション Ⓑ



2009年4月号／特集 蜷川実花。マジカルでカラフルでパワフルな世界／ポール・スミスとロイアル・アカデミー・オブ・アーツ／ヌードカラーのモード／エルメス／コム デ ギャルソン／古田新太×宮藤官九郎／'09春夏オートクチュールコレクション Ⓐ



2009年6月号／特集 '09-'10秋冬パリ、ミラノ、ニューヨーク、ロンドン・コレクションの30日／ヨウジヤマモトのバックステージ／プロが語るファッションの近未来／ハイモードとスポーツが調和する／ファッションを読む／ディーゼル ブラック ゴールド Ⓑ



2009年8月号／特集 東京メンズの可能性／コム デ ギャルソン・オム プリュス／ディオール オム／メンズアイテムをプラスして見せるリアルスタイル／松田龍平×SABU／土屋アンナ／'09-'10秋冬東京&メンズワールドコレクション Ⓐ



2009年10月号／特集 22人のデザイナーが、ファッションについて語った／クチュールモードの新しい風／プラダ／グッチ／ポール・スミス／サカイ／夏木マリ×ディオール オム／ピエール・カルダン。日本進出50周年／'09-'10秋冬オートクチュールコレクション Ⓐ

予約購読について
予約購読をご希望のかたは、お近くの書店にお申し込みください。もしお近くに書店がない場合は、文化出版局まで年間定期購読をお申し込みください。文化出版局では年間定期購読の国内送料は弊社で負担し、特別定価号の場合でも差額はいただきません。
年間定期購読のお申込みは、文化出版局(フリーダイヤル0120-463-464、FAX03-3320-4284 〒151-8524 東京都渋谷区代々木3の22の7 郵便振替番号00120-1-195670)へ、郵便振替で直接お申し込みください。
払込取扱票には、氏名、郵便番号、住所、電話番号、誌名、開始月号をご記入ください。お振込みは、予約開始号の発売2週間前までにお願いします。予約購読料は、国内1年分(6冊)5,880円、海外1年分(6冊)船便送料とも10,500円(共に税込み)です。
海外からのお申込みは、ご送金と同時に手紙かFAXで上記住所かFAX:+81-3-3320-4284あて、またはEメールにてsales-bpb@bunka.ac.jpへ、氏名、住所、誌名、開始月号をご連絡ください。
海外からの購読代金のご送金は、三菱東京UFJ銀行新宿中央支店、普通預金3445284、口座名:学校法人文化学園文化出版局あてにお振り込みください(送金手数料は負担致しません)。
UBSCRIPTION OVERSEAS
ubscription 6 issues per year: ¥10,500 (in Japanese yen only, no-acceptable any cheques) include postage and packaging (no-include handling charge for remittance: about less than $50).
unka Publishing Bureau, Subscription Division. Address: 3-22-7 Yoyogi, Shibuya-ku, Tokyo Japan, postal code: 151-8524 Fax: +81-3-3320-4284 E-mail: sales-bpb@bunka.ac.jp
ank: Mitsubishi Tokyo UFJ Bank, Shinjuku Chuo Branch Account Name: Gakkohojin Bunka Shuppankyoku Account Number: ordinary 3445284
nform your name, address, magazine's title and number you want to start, by air-mail, fax or e-mail to confirm your order after payment


MODENE
A.I.P
An American in Paris,Co.,Ltd. TEL.03.3409.0126 www.aip1991.com
蝴蝶网
hudie.com
慧美网
Vimee.net



雑誌 01367-12
4910013671295
00933
Printed in Japan